

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA A INOVAÇÃO**

ROBERTA CHAYANE COELHO RIBEIRO

**SERVIÇOS GASTRONÔMICOS DA CIDADE MINEIRA DE TIRADENTES SOB A
ÓTICA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: UMA OPORTUNIDADE DE
RECONHECIMENTO?**

SÃO JOÃO DEL-REI/MG

2023

ROBERTA CHAYANE COELHO RIBEIRO

**SERVIÇOS GASTRONÔMICOS DA CIDADE MINEIRA DE TIRADENTES SOB A
ÓTICA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: UMA OPORTUNIDADE DE
RECONHECIMENTO?**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação, pela Universidade Federal de São João del-Rei.

Orientador: Prof. Dr. Bezamat de Souza Neto
Coorientador: Prof. Dr. Fabrício Molicca de Mendonça

SÃO JOÃO DEL-REI/MG

2023

Ficha catalográfica elaborada pela Divisão de Biblioteca (DIBIB)
e Núcleo de Tecnologia da Informação (NTINF) da UFSJ,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

R484s Ribeiro, Roberta Chayane Coelho.
 Serviços gastronômicos da cidade mineira de
Tiradentes sob a ótica das indicações geográficas :
uma oportunidade de reconhecimento? / Roberta
Chayane Coelho Ribeiro ; orientador Bezamat de
Souza Neto ; coorientador Fabrício Molica de Mendonça.
-- São João del-Rei, 2023.
 113 p.

 Dissertação (Mestrado - Programa de Pós-Graduação em
Propriedade Intelectual e Transferência de
Tecnologia para Inovação) -- Universidade Federal de
São João del-Rei, 2023.

 1. Indicação geográfica. 2. Serviços gastronômicos.
3. Tiradentes. I. Souza Neto , Bezamat de , orient.
II. Mendonça, Fabrício Molica de, co-orient. III.
Título.

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PROPRIEDADE INTELECTUAL E
TRANSFERÊNCIA DE TECNOLOGIA PARA A INOVAÇÃO**

**SERVIÇOS GASTRONÔMICOS DA CIDADE MINEIRA DE TIRADENTES SOB A
ÓTICA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: UMA OPORTUNIDADE DE
RECONHECIMENTO?**

ROBERTA CHAYANE COELHO RIBEIRO

Produtos gerados: dissertação; artigo científico e produto técnico.

Orientador: Prof. Dr. Bezamat de Souza Neto
Coorientador: Prof. Dr. Fabrício Molica de Mendonça

Banca Examinadora

Prof. Dr. Bezamat de Souza Neto - Presidente
(Orientador da Universidade Federal de São João del-Rei)

Prof. Dr. Fabrício Molica de Mendonça
(Membro Interno da Universidade Federal de São João del-Rei)

Prof. Dr. Paulo Henrique de Lima Siqueira
(Membro Interno da Universidade Federal de São João del-Rei)

Prof. Dr. Carlos Henrique Sabino Caldas
(Membro Externo da Universidade do Estado de Minas Gerais)

Prof. Me. Marcos Fabrício Welge Gonçalves
(Membro do Mercado - Advogado e Consultor em Direito Intelectual)

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela banca examinadora em 28/02/2023.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos e a todas que contribuíram, de forma direta ou indireta, com a minha caminhada para a conclusão deste curso, pois a ajuda de cada um foi extremamente importante.

A toda equipe do programa de pós-graduação, ao Prof. Dr. Bezamat de Souza Neto, meu Orientador; ao Prof. Dr. Fabrício Molicca de Mendonça, meu Coorientador; ao Prof. Dr. Paulo Henrique de Lima Siqueira; ao Prof. Dr. Carlos Henrique Sabino Caldas, da Universidade do Estado de Minas Gerais (Uemg) e ao Prof. Me. Marcos Fabrício Welge Gonçalves, advogado em Direito Intelectual e consultor em diversas entidades, que colaboraram imensamente com este trabalho.

Também agradeço à Secretaria Municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer de Tiradentes-MG, à Associação Empresarial de Tiradentes (Asset) e aos prestadores e prestadoras de serviços gastronômicos, que participaram ativamente da pesquisa desenvolvida.

RIBEIRO, Roberta Chayane Coelho. **Serviços gastronômicos da cidade mineira de Tiradentes sob a ótica das indicações geográficas**: uma oportunidade de reconhecimento? 2023. 113f. (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) – Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, 2023.

RESUMO

A propriedade industrial no Brasil, regulamentada pela Lei 9.279/1996, tem como um de seus ativos intangíveis a indicação geográfica (IG), a qual é definida como um reconhecimento que distingue a origem de um produto ou um serviço existente em determinado território, seja este um local, uma cidade, uma região ou mesmo um país. A IG é capaz de contribuir para o desenvolvimento socioeconômico territorial, por meio de uma ação sinérgica com os demais atores locais. O presente estudo buscou explorar a indicação geográfica de serviço, tendo em vista o seu caráter incomum no Brasil e no mundo, e teve como objeto o segmento de serviços gastronômicos da cidade de Tiradentes, Minas Gerais. Além de sua história e arquitetura conhecidas, a cidade tem se tornado notória por abrigar um sistema produtivo de serviços de alimentação fora do lar, conforme se depreende de publicações extraídas de bases de dados científicas e da mídia de massa. Em 2017, Tiradentes concorreu à Rede de Cidades Criativas da Unesco pela Gastronomia, com o apoio do governo estadual, o que presume um considerável vigor do segmento no território. Para realização do diagnóstico, foram consultadas fontes secundárias, como artigos, dissertações e teses extraídos de jornais, revistas e plataformas científicas, livros, legislações internacional e brasileira, além de dados oficiais do setor de serviços de alimentação, através de consulta ao sítio eletrônico do Observatório do Turismo de Minas Gerais. Também foram realizadas consultas nos sítios eletrônicos do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, Instituto Nacional de Propriedade Industrial, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, entre outros. A coleta de dados foi realizada virtualmente pelo Formulários Google. Quanto aos resultados, denota-se, pelas fontes que fazem referência ao nome da cidade em função dos serviços gastronômicos ali existentes, que a cozinha tradicional mineira, juntamente com as culinárias estrangeiras, de fusão e de alta gastronomia, representam a razão

pela qual o território tem se tornado notório. A pluralidade de cozinhas retira o protagonismo da culinária mineira, gerando um certo distanciamento entre o segmento e o patrimônio histórico-cultural do território. Mas, de acordo com a legislação brasileira, para o reconhecimento de uma indicação de procedência (IP), a notoriedade é o elemento fundamental, independentemente da existência ou não de tradição, o que gera conflito com parte da doutrina. A notoriedade do município não foi efetivamente confirmada, pois ainda carece de robustez quanto à numerosidade de fontes que mencionem o nome geográfico, associando-o aos serviços gastronômicos. Nas conclusões, foram propostos estudos futuros para a estruturação de um arranjo produtivo local e para a implementação de uma marca coletiva, com o intuito de ressaltar os diferenciais que o setor possui frente ao mercado gastronômico.

Palavras-chave: indicação de procedência; indicação geográfica; Minas Gerais; serviços gastronômicos; Tiradentes.

RIBEIRO, Roberta Chayane Coelho. **Gastronomic services in the Minas Gerais city of Tiradentes from the perspective of geographical indications**: an opportunity for recognition? 2023. 113f. (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para Inovação) – Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, 2023.

ABSTRACT

Industrial property in Brazil, regulated by Law 9.279/1996, has as one of its intangible assets the geographical indication (GI), which is defined as a recognition that distinguishes the origin of a product or service existing in a given territory, whether this a place, a city, a region or even a country. The GI is able to contribute to the territorial socioeconomic development, through a synergistic action with the other local actors. The present study sought to explore the geographic indication of service, in view of its unusual character in Brazil and in the world, and had as its object the segment of gastronomic services in the city of Tiradentes, Minas Gerais. In addition to its well-known history and architecture, the city has become notorious for hosting a productive system of out-of-home food services, as can be seen from publications extracted from scientific databases and the mass media. In 2017, Tiradentes competed for Unesco's Creative Cities Network for Gastronomy, with the support of the state government, which presumes a considerable vigor of the segment in the territory. To carry out the diagnosis, secondary sources were consulted, such as articles, dissertations and theses extracted from newspapers, magazines and scientific platforms, books, international and Brazilian legislation, as well as official data from the food service sector, through consultation on the website of the Tourism Observatory of Minas Gerais. Consultations were also carried out on the websites of the Ministry of Agriculture, Livestock and Food Supply, the National Institute of Industrial Property, the Brazilian Support Service for Micro and Small Companies, the Brazilian Institute of Geography and Statistics, among others. Data collection was performed virtually using Google Forms. As for the results, it is denoted, by the sources that make reference to the name of the city due to the gastronomic services existing there, that the traditional cuisine of Minas Gerais, together with foreign cuisines, fusion and haute cuisine, represent the reason why the territory has become notorious. The plurality of cuisines removes the protagonism of Minas Gerais cuisine, generating a certain distance between the segment and the historical and cultural heritage of the territory. But,

according to Brazilian legislation, for the recognition of an indication of origin (IO), notoriety is the fundamental element, regardless of the existence or not of tradition, which generates conflict with part of the doctrine. The notoriety of the municipality was not effectively confirmed, as it still lacks robustness in terms of the number of sources that mention the geographic name, associating it with gastronomic services. In the conclusions, future studies were proposed for the structuring of a local productive arrangement and for the implementation of a collective brand, with the intention of highlighting the differentials that the sector has in relation to the gastronomic market.

Keywords: indication of origin; geographical indication; Minas Gerais; gastronomic services; Tiradentes.

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Quantitativo de IGs brasileiras por setor econômico	32
GRÁFICO 2 – Prestadores de serviços interessados na possibilidade de reconhecimento por uma IG de serviço.....	45
GRÁFICO 3 – Estabelecimentos que possuem unidades fora da área em estudo ...	46
GRÁFICO 4 – Números de estabelecimentos formais de alimentação em Tiradentes/MG de 2006 a 2020.....	54
GRÁFICO 5 – Números de empregos formais no segmento de serviços de alimentação em Tiradentes/MG de 2006 a 2020.....	54
GRÁFICO 6 – Origem dos empresários/chefs do segmento.....	56
GRÁFICO 7 – Proprietários que assinam, coassinam ou não assinam os cardápios de seus estabelecimentos.....	58
GRÁFICO 8 – Origem do saber-fazer	58
GRÁFICO 9 – Transmissão do conhecimento (do saber-fazer).....	59
GRÁFICO 10 – Tipos de cozinhas comercializadas em Tiradentes.....	61
GRÁFICO 11 – Percentual de cozinhas de alta gastronomia.....	62
GRÁFICO 12 – Percentual de cozinhas de fusão	62
GRÁFICO 13 – Tradições mineiras utilizadas em estabelecimentos de cozinhas brasileira, de tradições internacionais, de alta gastronomia ou de fusão	63
GRÁFICO 14 – Percentual de estabelecimentos que oferecem “pratos autorais”	64
GRÁFICO 15 – Percentuais de estabelecimentos que utilizam em seus cardápios produtos reconhecidos por IG	65
GRÁFICO 16 – Frequência na utilização de produtos orgânicos.....	66
GRÁFICO 17 – Frequência na utilização de produtos artesanais agroalimentares ..	66
GRÁFICO 18 – Participação dos estabelecimentos locais no Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Tiradentes	74

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Possíveis vantagens proporcionadas por uma IG	27
QUADRO 2 – Elementos favoráveis e desfavoráveis à IP de serviços	72
QUADRO 3 – Diferenciais do polo gastronômico de Tiradentes em comparação aos serviços similares da região	73

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Números de estabelecimentos de serviços gastronômicos detentores do prêmio Travellers' Choice 2022/Tripadvisor por cidade.....	42
TABELA 2 – Estratégias de diferenciação dos serviços gastronômicos de Tiradentes/MG.....	68

LISTA DE SIGLAS

ALMG	Assembleia Legislativa de Minas Gerais
APL	Arranjo Produtivo Local
ASSET	Associação Empresarial de Tiradentes
CNAE	Classificação Nacional de Atividades Econômicas
CNPJ	Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica
CONCLA	Comissão Nacional de Classificação
CUP	Convenção União de Paris para a Proteção da Propriedade Industrial
DO	Denominação de Origem
EC	Economia Criativa
EUIPO	<i>European Union Intellectual Property Office</i>
FAO	<i>Food and Agriculture Organization of the United Nations</i>
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICTSD	<i>International Centre for Trade and Sustainable Development</i>
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IG	Indicação Geográfica
INPI	Instituto Nacional da Propriedade Industrial
IP	Indicação de Procedência
IVDP	Instituto dos Vinhos do Douro e do Porto
LPI	Lei de Propriedade Industrial
MAPA	Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento
MC	Marca Coletiva
MERCOSUL	Mercado Comum do Sul
NGPD	Núcleo de Gestão do Porto Digital
OTMG	Observatório do Turismo de Minas Gerais
PIB	Produto Interno Bruto
SAT	Sociedade dos Amigos de Tiradentes
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SECULT	Secretaria de Estado de Cultura e Turismo
SPHAN	Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
TRIPS/ADPIC	<i>Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights/Acordo sobre os Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados com o</i>

Comércio

UNCTAD	<i>United Nations Conference on Trade and Development</i>
UNESCO	<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>
WIPO/OMPI	<i>World Intellectual Property Organization/Organização Mundial da Propriedade Intelectual</i>
WTO/OMC	<i>World Trade Organization/Organização Mundial do Comércio</i>



SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO	15
1.1 JUSTIFICATIVA	17
1.2 OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS	17
1.2.1 Objetivo geral	17
1.2.2 Objetivos específicos	18
1.3 ESTRUTURA TEXTUAL	18
CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	19
2.1 ORIGEM DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG) E SUA IMPORTÂNCIA HISTÓRICA	19
2.2 IG NA LEGISLAÇÃO INTERNACIONAL	20
2.3 IG NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA	22
2.4 IG COMO ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA E POSSÍVEIS EFEITOS	26
2.5 IG DE SERVIÇO	30
2.6 MARCA COLETIVA (MC): OUTRO SIGNO DISTINTIVO DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL	33
CAPÍTULO 3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	34
3.1 LÓCUS	34
3.2 OBJETO	34
3.3 TIPOS DA PESQUISA	35
3.4 ETAPAS DA PESQUISA	36
3.5 PRODUTOS DA PESQUISA	38
CAPÍTULO 4 - APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	39
4.1 PRINCIPAIS EXIGÊNCIAS DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA	39
4.1.1 Notoriedade	39
4.1.2 Associativismo	44
4.1.3 Delimitação da área geográfica	46
4.2 A IMPORTÂNCIA DO LEVANTAMENTO HISTÓRICO-CULTURAL DO TERRITÓRIO	47
4.2.1 História e cultura da cidade de Tiradentes/MG	48
4.2.2 Indicadores sociais e econômicos da cidade de Tiradentes/MG	52
4.3 ORIGEM E CARACTERIZAÇÃO DO SEGMENTO DE SERVIÇOS GASTRONÔMICOS	55

4.4	FESTIVAL INTERNACIONAL DE CULTURA E GASTRONOMIA DE TIRADENTES	73
	CAPÍTULO 5 - PROJETO RENOVAR DE TIRADENTES/MG	75
	CAPÍTULO 6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS	76
	REFERÊNCIAS	79
	APÊNDICE A - Pesquisa junto aos empreendimentos gastronômicos	90
	APÊNDICE B - Artigo científico submetido à Revista de Administração de Empresas - Fundação Getúlio Vargas (RAE-FGV) - Qualis A2	93
	APÊNDICE C - Proposta de Regulamento de Utilização	94
	APÊNDICE D - Publicações que referenciam os serviços de gastronomia da cidade de Tiradentes – MG	104
	APÊNDICE E - Matriz SWOT e Modelo Canvas	111
	ANEXO A - Comprovante de submissão de artigo científico	113

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO

Utilizada como instrumento de distinção e valorização de um produto ou serviço, a indicação geográfica (IG) é um dos institutos do direito de propriedade intelectual que protege determinado território a que um produto ou serviço está vinculado, cuja existência de reputação ou tipicidades associadas à sua origem geográfica, como os fatores naturais e humanos, pode determinar o reconhecimento por IG (CERDAN *et al.*, 2014).

Esse reconhecimento de determinado território por meio da IG pode revitalizar e perenizar sua história e herança cultural, uma vez que a comunidade ofertante do produto ou serviço é incentivada a manter o seu arranjo produtivo, proporcionando um segmento de mercado diferenciado e promovendo o desenvolvimento social e econômico de uma região (DULLIUS, 2009).

Para Veras *et al.* (2020), frente à grande competitividade enfrentada por empreendedores nos mais variados segmentos do mercado atual, além do constante avanço tecnológico, da globalização e da concorrência desleal, o setor privado precisa acompanhar as mudanças constantes da sociedade, sempre buscando atender às demandas e expectativas de seus consumidores. Daí, cria-se a oportunidade de se buscar a adoção de estratégias comerciais que permitam aos donos de negócios desenvolverem diferenciais de mercado e mantê-los protegidos diante de seus concorrentes. Uma dessas estratégias é a utilização de uma IG.

Nesse mesmo entendimento, Fronzaglia, Salles Filho e Raynaud (2019) assinalam que a IG é representada por uma coletividade produtora de determinado bem tipicamente associado ao seu território, em que se busca agregação de valor ao produto para construir o elo de confiança com os consumidores que optam por produtos que apresentem tipicidade e reputação. Esses atributos os diferenciam de seus similares no mercado e, portanto, os consumidores pagam um preço com valor agregado para a aquisição desses bens.

A IG refere-se a produto ou serviço que tenha uma origem geográfica determinada, que pode ser caracterizado por um signo comercial, apresentando a indicação da sua verdadeira localidade de origem. Trata-se de um registro de proteção em que se reconhece a qualidade, a notoriedade e as características tradicionais que estão vinculadas a esse local. Dessa maneira, informa ao consumidor, através de um signo distintivo, que uma certa região se especializou em determinado artigo e tem

capacidade de produzi-lo de maneira diferenciada e com alta qualidade (BRASIL, 2017a; SEBRAE, 2016).

As IGs possuem capacidade de diferenciação qualitativa de produtos e serviços frente ao mercado e, por consequência, contribuem para o desenvolvimento de territórios aos quais estão vinculados, o que justifica a crescente importância do tema no Brasil (NIEDERLE; MASCARENHAS; WILKINSON, 2017).

De acordo com a Lei de Propriedade Industrial nº 9.279/1996, também conhecida como LPI, que regulamenta a IG em seu Título IV, esse tipo de proteção é subdividido em duas espécies: indicação de procedência e denominação de origem (BRASIL, 1996). Os elementos que determinam se uma IG será da modalidade denominação de origem (DO) são aqueles diretamente associados a fatores naturais do local (como clima, solo ou topografia) e a fatores humanos. Se há uma especificidade que seja única ou essencial da região, a probabilidade de registro como DO será considerável. Já para se configurar uma indicação de procedência (IP), o fator indispensável é o reconhecimento do produto ou serviço, a notoriedade construída ao longo do tempo, independente das condições naturais do meio em que se encontra (BRASIL, 1996; VERAS *et al.*, 2020).

O Brasil possui, atualmente, 100 indicações geográficas registradas pelo Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Desse total, 24 foram reconhecidas como denominação de origem, e outras 76 foram reconhecidas como indicação de procedência. Do total dessas proteções, a Região Sudeste lidera com 35 registros, seguida do Sul, com 32; Nordeste com 17; Norte com 12 e Centro-oeste com 4. Grande parte das IGs brasileiras estão associadas ao ramo do agronegócio, como o café e a fruticultura (DATASEBRAE, 2023).

Com a instituição da LPI, em 1996, foi possível o reconhecimento de IGs no Brasil, as quais vêm aumentando consideravelmente, devido à regulamentação para concessão e uso dos signos geográficos advinda dessa lei. Também são relevantes as iniciativas de políticas públicas de atores locais e regionais voltadas à identificação das potencialidades existentes no país que, posteriormente, são reconhecidas pelo INPI, responsável pela chancela dos pedidos de reconhecimento (LOCATELLI, 2016).

Atualmente, há apenas 01 registro concedido de IG para serviço, da espécie IP, referente à Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC) do Porto Digital, na capital Recife/Pernambuco; ao contrário de produtos agroalimentares, que já estão

protegidos com o signo distintivo em maior número, como o café, o queijo e o vinho (INPI, 2021a). A possibilidade de se reconhecer uma IG de serviço está prevista na LPI, mesmo não sendo comum em outros países, como os da Europa. Tal previsão traz uma oportunidade de reconhecimento para o setor brasileiro (BRUCH, 2011; BRUCH *et al.*, 2014).

À vista dessa possibilidade legal e do caráter incomum de IG de serviço no Brasil e no mundo, o presente trabalho propõe o estudo de caso dos serviços gastronômicos da cidade de Tiradentes/MG – que vem apresentando evidências de certa notoriedade no meio acadêmico e na mídia em geral –, com o intuito de levantar a discussão do possível reconhecimento de IG ali existente e, também, fomentar novas literaturas em busca de outros potenciais de IG de serviços no país.

Após pesquisa nas plataformas de literatura acadêmica, de mídias regional e nacional e análise dos dados coletados através de questionário com a ferramenta Formulários Google junto aos empreendimentos do polo, foram identificados obstáculos e oportunidades que serão apresentados nos capítulos seguintes.

1.1 JUSTIFICATIVA

Diante do destaque que a cadeia de serviços gastronômicos de Tiradentes vem angariando com o tempo (CAMURÇA; GIOVANNINI JÚNIOR, 2003; SANTOS; PEREIRA, 2020; LOPES; SILVA, 2020; PAULA; MIGUEL; FREITAS, 2020; SOUSA; MENDONÇA; SILVA, 2020), perceptível na mídia em geral, e do caráter incomum de reconhecimento de IG de serviços no Brasil e no exterior, justifica-se a presente pesquisa pela busca de possíveis elementos caracterizadores de um potencial de IG de serviço no polo gastronômico.

1.2 OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS

1.2.1 Objetivo geral

A pesquisa tem por objetivo geral trazer à tona, com base na exploração das características do polo de serviços gastronômicos de Tiradentes/MG, os elementos fundamentais para a obtenção de indicação de procedência.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Apresentar um breve panorama histórico e atual das indicações geográficas, em especial, no Brasil;
- b) Explorar as literaturas sobre a indicação geográfica de serviço;
- c) Buscar elementos comprobatórios de notoriedade do sistema produtivo de serviços gastronômicos em meios acadêmicos, de mídia e sítios eletrônicos de turismo;
- d) Apresentar a origem do sistema produtivo, sua importância socioeconômica para a cidade e o entorno, sua tradição e caracterização;
- e) Apontar os obstáculos e as oportunidades atuais na busca do registro de IP de serviço.

1.3 ESTRUTURA TEXTUAL

A estruturação do texto está apresentada, primeiramente, com a contextualização das indicações geográficas, a legislação brasileira aplicada ao tema e a possibilidade de reconhecimento de IG para a cadeia de serviços de gastronomia de Tiradentes/MG.

No segundo capítulo, apresentam-se os referenciais teóricos sobre a IG, os desdobramentos que essa proteção pode gerar em territórios onde se estabelece, sua aplicação no setor de serviços e, por fim, o conceito de marca coletiva, outro signo distintivo da propriedade industrial.

No terceiro capítulo, é descrita a metodologia utilizada na pesquisa para a coleta de informações pertinentes ao tema de IG e aos serviços gastronômicos de Tiradentes.

O quarto capítulo apresenta os resultados das análises e discussão sobre as condições do sistema produtivo frente a um possível potencial de IG.

No quinto capítulo, é informada a utilização deste estudo no projeto Renovar de Tiradentes, como contribuição para ações de desenvolvimento turístico municipal, e por fim, apresentam-se as conclusões da pesquisa e encaminhamentos para estudos futuros.

CAPÍTULO 2 - FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 ORIGEM DA INDICAÇÃO GEOGRÁFICA (IG) E SUA IMPORTÂNCIA HISTÓRICA

Desde a Idade Antiga, no início da civilização, surgiu-se a necessidade de se protegerem determinados produtos, atrelando-os às suas origens, para diferenciá-los de seus similares, através de mecanismos de identificação em que eram utilizados nomes de territórios como referência. Exemplos clássicos são o cedro do Líbano, o bronze de Corinto e os tecidos de Mileto, que carregavam consigo tipicidade e qualidade próprias, que só eram encontradas nas regiões de que eram advindos (CERDAN *et al.*, 2014).

Kakuta *et al.* (2006) também assinalam a importância histórica da procedência de mercadorias na Antiguidade, através de relatos encontrados em documentos gregos do século 4 a.C., que se referiam aos vinhos de Ícaro e de Rhodes.

A associação de um produto à sua origem também é encontrada na Bíblia, ao mencionar o vinho de En-Gedi (Cânticos, I, 14), evidenciando, dessa forma, sua qualidade ímpar (BRUCH, 2008).

Diferentes comunidades, durante a Idade Média, buscavam criar sua identidade própria para distinguir seus produtos dos demais, surgindo, então, as marcas corporativas (MARIE-VIVIEN, 2010; CERDAN *et al.*, 2014). Cada comunidade ou associação do ofício determinava seu regimento para ser seguido por todos os envolvidos naquela produção, detalhando todas as etapas do processo. Daí utilizou-se um sinal distintivo, um selo ou marca, que geralmente era o nome do território vinculado à produção, com a finalidade de distinguir cada grupo produtor. Tempos depois, as marcas individuais vieram a ser utilizadas, uma vez que havia membros de associações que ofereciam produtos de qualidade superior e outros não. Assim, muitos produtos possuíam duas marcas, uma do produtor e a outra da associação a que pertencia (CERDAN *et al.*, 2014).

Exemplos de corporações da Idade Média que protegiam seus produtos com nomes geográficos são: o queijo de Laguiole, no século XII, protegido pelo monastério de Aubrac, na França; e os vidros de Murano, no século XIII, pelas comunidades de Veneza (MARIE-VIVIEN, 2010).

Kakuta *et al.* (2006) consideram que a indicação de origem, também conhecida como indicação geográfica, seja o instituto de propriedade intelectual mais antigo do

mundo. Porém, segundo Bruch (2008), a IG ainda é pouco utilizada no universo jurídico de muitos países.

A região do Douro, em Portugal, foi uma das precursoras na tutela do seu produto, o vinho, através da instituição da Companhia Geral da Agricultura das Vinhas do Alto Douro, em 10 de setembro de 1756, realizada junto ao governo do futuro Marquês de Pombal. Buscava-se assegurar a qualidade, a mitigação de falsificações e estabilização de preços. Apenas na segunda metade do século XVII, surgiu a designação de vinho do Porto (IVDP, IP, 2020).

No início do século XX, foi sancionada sua regulamentação, como relata Bruch (2008, p. 2):

No âmbito da proteção positiva, apenas em 10 de Maio de 1907 o Vinho do Porto vem a ser regulamentado oficialmente pelo então Presidente do Conselho de Ministros de Portugal, João Franco. Na França a publicação de uma lei geral relacionada à proteção de indicações geográficas se dá em 05 de outubro de 1908. A partir destas datas o instituto se prolifera na Europa, berço desta tradição, e que hoje busca difundir esta diferente forma de proteção de produtos provenientes de uma determinada região em todo o mundo.

Essas identificações de produtos por meio de nomes geográficos, alicerçadas na notoriedade ou em determinada característica típica, foram desenvolvidas ao longo dos tempos e, hoje, são reguladas por normas internacionais e nacionais, como serão descritas na próxima sessão.

2.2 IG NA LEGISLAÇÃO INTERNACIONAL

Em âmbito internacional, o início da legislação sobre as indicações geográficas endereçada aos demais Estados do mundo ocorreu com a Convenção da União de Paris (CUP), em 1883. O texto foi aprovado no dia 6 de março daquele ano, trazendo normas gerais para a proteção da propriedade industrial, e já foi revisado por sete vezes. O Brasil é signatário original e, em 1992, aderiu à revisão de Estocolmo de 1967. As indicações geográficas não receberam uma tutela abrangente na CUP, mesmo após a criação do Acordo de Madri para complementar o tema, em 1891, pois era prevista a proteção apenas para a indicação de procedência e não para a denominação de origem. O Brasil faz parte também do Acordo de Madri (BARBOSA, 2010).

Para Bruch e Barbosa (2013), além das IGs, outros institutos de propriedade industrial, até o século XIX, demandavam proteções mais amplas e vinculantes, pois, mesmo havendo regulação dentro do Estado, as falsas indicações de procedência continuavam a existir no comércio internacional. Assim, os Estados se reuniram para criar a CUP, cujos princípios seriam respeitados de maneira recíproca. Conforme assinalado por Bruch (2011), o Acordo de Madri veio posteriormente, em 1891, para aprimorar a Repressão das Falsas Indicações de Procedência, pois até então era permitido pela CUP utilizar a identificação “*Champagne da Califórnia*”, por exemplo. Entendia-se que, nessa expressão, a origem do produto estava devidamente indicada, porém essa prática ia de encontro ao interesse da França. Com o advento do Acordo de Madri, expressões como a exemplificada tornaram-se proibidas.

Após a CUP, foi criado, em 1958, o Acordo de Lisboa para a Proteção das Denominações de Origem e seu Registro Internacional, entrando em vigor em 25 de setembro de 1966 e sendo revisado em Estocolmo em 1967, com o propósito de sanear a falta de previsão das denominações de origem na legislação internacional. O acordo trouxe a possibilidade de proteção por indicação geográfica através de registro, de forma mútua entre os países membros, porém foram adotadas muitas normas restritivas e, portanto, poucos países fizeram a adesão. O Brasil não é signatário (BRUCH, 2008).

Em 1967, a Organização Mundial de Propriedade Intelectual (OMPI/WIPO) tornou-se a responsável pelos acordos internacionais até então existentes. Os países poderiam assinar os acordos que fossem de seu interesse, sem a obrigatoriedade de participação em todos. Porém, mesmo com a centralização dos acordos na OMPI, ainda era preciso um sistema de sanções ao país que viesse a desrespeitar algum dos regulamentos. Em 1994, com a criação da Organização Mundial do Comércio (OMC/WTO) e a inserção de assuntos de propriedade intelectual, foi aprovado o Acordo Sobre Aspectos dos Direitos de Propriedade Intelectual Relacionados ao Comércio (Trips/Adpic), compulsório a todos os membros da OMC, que já contava com mais de 150 países. O Trips considera as normas da CUP e estabelece a proteção mínima obrigatória das IGs, em seus artigos 22 a 24, da Seção 3, deixando a critério de cada Estado a expansão das medidas protetivas que julgarem pertinentes (BRUCH, 2011).

A definição de indicação geográfica pelo Trips é:

1. Indicações Geográficas são, para os efeitos deste Acordo, indicações que identifiquem um produto como originário do território de um Membro, ou região ou localidade deste território, quando determinada qualidade, reputação ou outra característica do produto seja essencialmente atribuída à sua origem geográfica (TRIPS, 1994, art. 22, p. 7).

Para Kakuta *et al.* (2006), a definição apresentada pela Trips é ampla, deixando a cargo do país membro a utilização do instituto protetivo em produtos diversos, como artesanais, agroalimentares, industriais, desde que tenham ligação com a origem geográfica.

Por conseguinte, o legislador brasileiro traz para a LPI de 1996 os conceitos previstos no Protocolo de Harmonização de Normas sobre a Propriedade Intelectual no Mercosul em Matéria de Marcas, Indicações de Procedência e Denominações de Origem, Decisão 08 de 1995, exatamente como se apresentam nos incisos 2 e 3 do artigo 19 do referido documento. É importante frisar que a definição de DO no Protocolo e na LPI é semelhante à prevista no Acordo de Lisboa de 1958, regulamentado pelo Decreto-Lei n.º 46.852 de 1966.

Os países que inicialmente integraram o Mercosul – Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai – são signatários do protocolo supracitado.

2.3 IG NA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

A regulamentação sobre o registro de indicação geográfica no Brasil foi inserida pela Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996, também conhecida como LPI, na qual consta que o INPI é o responsável por estabelecer as condições de registro das indicações geográficas no país (BRASIL, 1996). A LPI apresenta a Indicação Geográfica em duas modalidades:

Considera-se indicação de procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço (BRASIL, 1996, Art. 177).

Considera-se denominação de origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos (BRASIL, 1996, Art. 178).

A LPI traz inovações ao direito brasileiro, instituindo a definição das denominações de origem (DO), mais uma espécie para o gênero indicação geográfica, e a inclusão de reconhecimento para serviços, que não estava previsto na Lei nº 5.772/1971, o antigo Código de Propriedade Industrial do Brasil (BARBOSA, 2010). As definições das espécies de IG são exatamente as constantes do Protocolo de Harmonização de Normas sobre Propriedade Intelectual no Mercosul, conforme apresentado anteriormente (MERCOSUL, 1995).

Posteriormente à criação da lei pátria de propriedade industrial, foram expedidas pelo INPI várias resoluções, instruções normativas e portarias para regular a matéria. Em 1º de fevereiro de 2022, entra em vigor a Portaria INPI nº 04, de 12 de janeiro de 2022, que vem consolidar os atos normativos editados pelo instituto, estabelecendo as condições para o registro das IGs, as quais dispõem sobre a recepção e o processamento de pedidos e petições e as orientações do Manual de Indicações Geográficas, sob a égide da LPI.

A Portaria INPI nº 04/2022 revogou a Resolução INPI nº 55, de 18 de março de 2013; a Instrução Normativa INPI nº 95, de 28 de dezembro de 2018; a Resolução INPI nº 233, de 18 de janeiro de 2019, e a Portaria INPI nº 415, de 24 de dezembro de 2020.

A nova portaria traz as espécies de IG em seu art. 9º, conforme previstas na LPI, porém complementa a IP e a DO com definições específicas de cada uma:

§1º Considera-se Indicação de Procedência o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que se tenha tornado conhecido como centro de extração, produção ou fabricação de determinado produto ou de prestação de determinado serviço.

§2º Considera-se Denominação de Origem o nome geográfico de país, cidade, região ou localidade de seu território, que designe produto ou serviço cujas qualidades ou características se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluídos fatores naturais e humanos.

[...]

§4º Para fins de Indicação de Procedência, considera-se que o nome geográfico tornou-se conhecido quando expressamente mencionado, por diferentes fontes, como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço assinalado.

§5º Consideram-se as seguintes definições para fins de Denominação de Origem:

I - fatores naturais são os elementos do meio geográfico relacionados ao meio ambiente, como solo, relevo, clima, flora, fauna, entre outros, e que influenciam as qualidades ou características do produto ou serviço;

II - fatores humanos são os elementos característicos da comunidade produtora ou prestadora do serviço, como o saber-fazer local, incluindo o desenvolvimento, adaptação ou aperfeiçoamento de técnicas próprias;

III - qualidades são os atributos tecnicamente comprováveis e mensuráveis do produto ou serviço, ou de sua cadeia de produção ou de prestação de serviços; e

IV - características são traços ou propriedades inerentes ao produto ou serviço, ou de sua cadeia de produção ou de prestação de serviços (INPI, 2022a).

A mesma portaria, em seu art. 16, também traz como exigência um rol de documentos para que o interessado apresente no pedido de registro de IG junto ao INPI:

Do pedido de registro

Art. 16. O pedido de registro de Indicação Geográfica deverá referir-se a um nome geográfico e conterá:

I - requerimento de Indicação Geográfica (modelo I);

II - caderno de especificações técnicas, no qual conste:

a) o nome geográfico, conforme descrito no §3º do art. 9º;

b) descrição do produto ou serviço objeto da Indicação Geográfica;

c) delimitação da área geográfica, nos termos do instrumento oficial previsto no inciso VIII;

d) em pedido de Indicação de Procedência, a descrição do processo de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço, pelo qual o nome geográfico se tornou conhecido;

e) em pedido de Denominação de Origem, a descrição das qualidades ou características do produto ou serviço que se devam exclusiva ou essencialmente ao meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos, e seu processo de obtenção ou prestação;

f) descrição do mecanismo de controle sobre os produtores ou prestadores de serviços que tenham o direito ao uso da Indicação Geográfica, bem como sobre o produto ou serviço por ela distinguido;

g) condições e proibições de uso da Indicação Geográfica; e

h) eventuais sanções aplicáveis à infração do disposto na alínea "g".

III - procuração, se for o caso;

IV - comprovante do pagamento da retribuição correspondente;

V - comprovante da legitimidade do requerente, por meio de:

a) Estatuto social, devidamente registrado no órgão competente, que preveja:

1. a representação dos produtores e prestadores de serviços;
2. a relação direta com a cadeia do produto ou serviço objeto da Indicação Geográfica;
3. a possibilidade de depositar o pedido de registro;
4. o objetivo de gerir a Indicação Geográfica; e
5. a abrangência territorial de atuação englobando a área da Indicação Geográfica.

b) ata registrada da Assembleia Geral com aprovação do Estatuto;

c) ata registrada da posse da atual Diretoria;

d) ata registrada da Assembleia Geral com a aprovação do caderno de especificações técnicas, acompanhada de lista de presença com indicação de quais dentre os presentes são produtores ou prestadores do serviço a ser distinguido pela Indicação Geográfica;

e) cópia da identidade e do CPF dos representantes legais do substituto processual; e

f) declaração, sob as penas da lei, de que os produtores ou prestadores de serviços, e outros operadores, estão estabelecidos na área delimitada, conforme modelo II, com a identificação e a qualificação dos mesmos.

VI - em se tratando de Indicação de Procedência, documentos que comprovem que o nome geográfico se tornou conhecido como centro de extração, produção ou fabricação do produto ou de prestação do serviço;

VII - em se tratando de Denominação de Origem, documentos que comprovem a influência do meio geográfico nas qualidades ou características do produto ou serviço, devendo conter os elementos descritivos:

a) do meio geográfico, incluindo os fatores naturais e humanos;

b) das qualidades ou características do produto ou serviço; e

c) do nexos causal entre os itens a que se referem as alíneas "a" e "b".

VIII - instrumento oficial que delimita a área geográfica:

a) no qual conste a fundamentação acerca da delimitação geográfica apresentada de acordo com a espécie de Indicação Geográfica requerida;

b) expedido por órgão competente de cada Estado, sendo competentes, no Brasil, no âmbito específico de suas competências, a União Federal, representada pelos Ministérios afins ao produto ou serviço distinguido pela Indicação Geográfica, e os Estados, representados pelas Secretarias afins ao produto ou serviço distinguido pela Indicação Geográfica; e

c) elaborado com base nas normas do Sistema Cartográfico Nacional, exceto para as indicações geográficas localizadas fora do território nacional.

IX - se for o caso, a representação gráfica ou figurativa da Indicação Geográfica ou de representação geográfica de país, cidade, região ou localidade do território.

§1º Na hipótese de haver um único produtor ou prestador de serviço legitimado a requerer a Indicação Geográfica, conforme disposto no §3º do art. 14 desta Portaria, fica dispensada a apresentação dos documentos elencados no inciso V deste artigo.

§2º O requerente referido no §1º deve apresentar declaração, sob as penas da lei, de ser o único produtor ou prestador de serviço estabelecido na área delimitada, conforme modelo III (INPI, 2022a).

É fundamental que seja utilizado o Manual de Indicações Geográficas - 1ª edição (INPI, 2021b)/2ª revisão (INPI, 2023), vigente desde 1º de fevereiro de 2021, que oferece um modelo de sumário para a elaboração do Caderno de Especificações Técnicas, imprescindível na composição dos documentos exigidos.

2.4 IG COMO ESTRATÉGIA MERCADOLÓGICA E POSSÍVEIS EFEITOS

A concessão de uma IG pode agregar valor e trazer benefícios à entidade coletiva que obtém esse reconhecimento, dentre eles a padronização do processo produtivo, melhor posicionamento nos mercados local e regional, maior valorização comercial do produto ou serviço e proteção contra as falsas indicações geográficas, além de reconhecimento da tradição pertencente à comunidade e à região. Como contrapartida, aumenta-se o compromisso dessas entidades coletivas em manter a alta qualidade da produção e o vínculo de credibilidade com seus clientes (CALDAS; ARAÚJO; COURRY, 2017).

Brondani e Locatelli (2008) assinalam que a IG é um ativo intangível largamente utilizado em vários países, principalmente na Europa. Os Estados que trabalham as suas IGs usufruem dos benefícios econômicos advindos do reconhecimento e da proteção jurídica que recaem sobre elas. A consolidação e adequada aplicação protetiva do sistema jurídico brasileiro é fundamental para o país usufruir das vantagens que suas IGs podem proporcionar.

Para Kakuta *et al.* (2006), as vantagens que uma IG proporciona à comunidade produtora e ao território a que está vinculada podem ser divididas em quatro áreas, conforme o Quadro 1, a seguir.

QUADRO 1 - Possíveis vantagens proporcionadas por uma IG

Proteção	Proteção de um patrimônio nacional e econômico: das regiões, do manejo, dos produtos
	Proteção dos produtores
	Proteção dos consumidores
	Não permite que os outros produtores, não incluídos na zona de produção delimitada, utilizem a indicação
	Proteção da riqueza, da variedade e da imagem de seus produtos
Desenvolvimento rural	Manutenção da população nas zonas rurais
	Geração de empregos
	Vitalidade das zonas rurais (crescimento do turismo)
	Satisfação do produtor, orgulho da relação produto e produtor
	Contribuição para a preservação das particularidades e a personalidade dos artigos, que se constituem em um patrimônio de cada região
Promoção e facilidades de exportação	Garantia de produtos de notoriedade, originais e de qualidade
	Afirmação da imagem autêntica de um artigo
	Reconhecimento internacional, de acordo com as legislações de cada país
	Facilidade de presença do produto no mercado
	Identificação do produto pelo consumidor dentre outros artigos
	Estímulo à melhoria qualitativa dos produtos
Desenvolvimento econômico	Aumento do valor agregado dos artigos
	Incremento do valor dos imóveis da região
	Estímulo aos investimentos na própria zona de produção
	Desperta o desenvolvimento de outros setores

Fonte: adaptado de Kakuta *et al.* (2006).

No entendimento de Cadori *et al.* (2014), o produto ou serviço associado ao sinal distintivo ganha valor de mercado, pois a ele são conferidas notoriedade, procedência e qualidade, gerando confiança no consumidor para realizar sua aquisição. Porém fraudes na concorrência podem acontecer, na tentativa de se passar por detentor legítimo desse reconhecimento, sem despender os esforços necessários para alcançar a reputação ou qualidade no seu produto ou serviço. Daí a importância de se proteger o bem ou serviço legítimo com mecanismos legais para coibir ações fraudulentas.

Sob a ótica de Cerdan *et al.* (2014), a IG é um direito coletivo e de caráter participativo, pois o seu processo de implementação deve envolver todos os atores locais e regionais de diferentes áreas correlatas, não se restringindo apenas aos produtores ou prestadores de serviço. A IG está, necessariamente, ligada ao seu território, portanto é capaz de reverberar desdobramentos positivos para a entidade coletiva detentora do registro e também para a região como um todo.

O cumprimento do Caderno de Especificações Técnicas pelos detentores da IG para a manutenção da qualidade, tipicidade e reputação; o *marketing* contínuo do produto ou serviço, inclusive pelo governo local; vigilância compartilhada à concorrência desleal, entre outras ações, são essenciais para o desenvolvimento e ganhos efetivos dos envolvidos.

Um caso de sucesso de IG brasileira é o Vale dos Vinhedos, formado pelos municípios de Bento Gonçalves, Monte Belo do Sul e Garibaldi, estado do Rio Grande do Sul (RS). De acordo com Chimento, Vieira e Moreira (2016), após o reconhecimento de IP, em 2002 (e de DO em 2012), houve um nítido desenvolvimento dos produtores, dos processos produtivos e das atividades turísticas da região, em especial, a do enoturismo. A aliança da tradição local com a inovação foi parte importante da estratégia para consolidar uma IG. Resultados similares foram encontrados por Siedenberg, Thaines e Baggio (2017), os quais revelam que, após a implementação da IG no Vale dos Vinhedos, houve o desencadeamento de benéficas implicações socioeconômicas na população local, como a geração de emprego e renda, melhora significativa na qualidade de vida, valorização de terras e aprimoramento de outros setores, como hotelaria, gastronomia e artesanato. Logo, a IG tem o papel de indutora de desenvolvimento territorial.

Por outro lado, Niederle (2014) adverte que os efeitos positivos de uma IG nem sempre são entendidos como ganhos efetivos por todos os integrantes da cadeia produtiva. A forma como a IG é implementada em um território, com seu sistema de normas para utilização, pode trazer resultâncias negativas para parte dos atores locais, excluindo-os dos possíveis efeitos benéficos e amplos que a IG pode proporcionar. A título de exemplo, a incidência de agregação de valor apenas em um pequeno grupo da comunidade produtora não será compreendida pelos demais como um benefício que contribui para o desenvolvimento local em maior abrangência, pois não recai em toda a comunidade, apenas em parte dela. Portanto, o modelo de

desenvolvimento que se pretende alcançar com a institucionalização da IG no território é crucial para reverberar – ou não – no transbordamento salutar e inclusivo de benefícios que se espera obter desse instrumento de proteção, para toda a comunidade produtiva.

Cabe ressaltar que a proteção por IG incide sobre territórios que abrigam cadeias produtivas devidamente estruturadas, intituladas, por parte de alguns teóricos e órgãos governamentais e de fomento, arranjos produtivos locais. Segundo definição do Ministério da Economia brasileiro, os arranjos produtivos locais (APLs)

[...] são aglomerações de empresas e empreendimentos, localizados em um mesmo território, que apresentam especialização produtiva, algum tipo de governança e mantêm vínculos de articulação, interação, cooperação e aprendizagem entre si e com outros atores locais, tais como: governo, associações empresariais, instituições de crédito, ensino e pesquisa” (BRASIL, 2017b).

Conforme assinalam Leme, Aguiar e Rezende (2019), a busca dos APLs pelo reconhecimento de IG faz com que eles aprimorem suas formas de governança, organização de atores locais e direcionamento de seus interesses. Ainda, os autores trazem o modelo teórico de convergência estratégica para APLs, que pode ser entendido como uma série de ações de agentes sociais relacionados entre si em uma cadeia produtiva, que possuem objetivos comuns em três distintas áreas: organizacional (governança), histórica (aspectos relevantes do APL) e de ações coletivas em prol de determinado produto ou serviço, almejando um reposicionamento no mercado.

Para utilização da IG de forma efetiva, como ferramenta estratégica para aumento de competitividade, são necessários requisitos legais e também estratégicos por parte das cadeias produtivas e prestadoras de serviços (FONSÊCA, 2015).

Logo, infere-se que a consolidação de um APL pode contribuir para a recepção e a sustentação de um signo distintivo, viabilizando seu uso como estratégia de desenvolvimento territorial.

Em consulta ao sítio eletrônico do Ministério da Economia, o setor de serviços gastronômicos de Tiradentes não se encontra contemplado entre os APLs reconhecidos pelo Observatório Brasileiro de Arranjos Produtivos Locais do referido órgão federal. Portanto, para fins desta pesquisa, conceituou-se tal setor apenas como um sistema produtivo, já que essa definição não denota, necessariamente, uma

aglomeração de agentes socioeconômicos revestida de elementos característicos de um APL.

2.5 IG DE SERVIÇO

O conhecimento sobre as indicações geográficas por parte da população brasileira está em um processo gradativo de construção. Os consumidores vêm despertando para a importância socioeconômica que esse instituto protetivo pode proporcionar à sociedade em geral (BARBOSA; CAMPOS, 2019; LOCATELLI, 2016).

No que tange às IGs de serviços, ainda é um campo muito pouco explorado. O Acordo Trips não prevê proteção para serviços, trazendo nas suas definições apenas o termo “bem”, o que remete a produto, portanto contribuindo para que tal setor não seja contemplado nas legislações de muitos Estados (ANDRADE; CANAVEZ, 2017; BRONDANI; LOCATELLI, 2008; BRUCH, 2011).

Porém a LPI trouxe a possibilidade de reconhecimento para serviço nos artigos 177 e 178, graças à adesão do Brasil ao Protocolo de Harmonização do Mercosul de Normas sobre a Propriedade Intelectual, Decisão 08/95, que prevê, em seu texto original, o termo serviço como passível de reconhecimento (ANDRADE; CANAVEZ, 2017). Segundo Bruch (2011) e Bruch *et al.* (2014), a proteção para serviço não é comum nas legislações de todos os países, porém gera mais uma oportunidade de se trabalhar esse tipo de reconhecimento no Brasil.

Poucas legislações de Estados que preveem IG para serviços foram encontradas: Uruguai (URUGUAY, 1998a, 1998b), Liechtenstein, Peru, Suíça (UNCTAD-ICTSD, 2003), Azerbaijão, Croácia, Jamaica, Santa Lúcia e Singapura (O’CONNOR, 2008) – o que sugere baixa aderência a esse tipo de proteção. Foram contatadas as instituições de propriedade intelectual vinculadas a esses países em busca de informações sobre possível existência de IG de serviço reconhecida ou em processo de reconhecimento, mas, até a conclusão desta pesquisa, houve resposta apenas do Instituto da Propriedade Intelectual da União Europeia (Euiipo), que apresentou uma base de dados na qual não consta nenhuma IG de serviço (EUIPO, 2022)¹.

¹ Informação obtida por e-mail no dia 03/11/2022.

De acordo com Barbosa (2010), serviço é uma das modalidades de bens intangíveis, um “bem-serviço”, que pode ser objeto de proteção por propriedade intelectual. O autor ainda cita a definição do dicionário Houaiss (apud BARBOSA, 2010, p. 37), que traz “serviço” como “[...] produto da atividade humana destinado à satisfação de necessidades, mas que não apresenta o aspecto de um bem material (p. ex.: transporte, educação, atividades de profissionais liberais etc.)”.

Para se efetivar o registro de uma IG de serviço, faz-se necessária a comprovação de elementos fundamentais para tal, como o local de prestação do serviço, o uso de um regulamento específico pelos prestadores do serviço e a sua forma de controle. Importante também destacar o fato de o Trips não mencionar expressamente proteção para serviços, e os Estados que não preveem esse tipo de proteção a seus nacionais não poderão fazê-lo para os demais Estados que tenham esse interesse (BRUCH, 2011).

Já para Rocha Filho (2009), mesmo que a LPI e outras legislações prevejam a possibilidade de reconhecimento de IG para serviços, não parece ser coerente recair uma proteção dessa natureza em um objeto que não possui vínculo com a origem territorial. Ainda, o autor traz como exemplo os serviços de “massagem tailandesa” que, num primeiro momento, parecem ser prestados, necessariamente, no local a que se refere o nome. Porém, nada impede que um profissional que aprenda a técnica dessa massagem possa executá-la em diversos outros lugares fora do território tailandês. Nesse sentido, os serviços perdem seu elo com o território de origem, descartando o motivo que ensejaria uma proteção por IG.

Gregório (2015) ressalta as oportunidades e as divergências sobre a IG de serviços no Brasil, uma nova possibilidade de reconhecimento que instiga a busca por novas IGs dessa natureza e que, concomitantemente, traz à tona debates de sua efetiva legitimidade. A origem desse instituto protetivo está fortemente ligada a produtos agroalimentares, portanto, o Porto Digital é uma exceção à regra.

Sob outra perspectiva, a importância de se proteger o setor de serviços pela legislação brasileira, ao contrário dos países norte-americanos e muitos europeus, é ressaltada por França e Vigna (2019), que relatam dados expressivos de desenvolvimento econômico do setor brasileiro nas últimas décadas.

Resultados positivos do setor de serviços também foram encontrados por Silva, Menezes Filho e Komatsu (2016). Segundo os autores, em 2011, esse setor

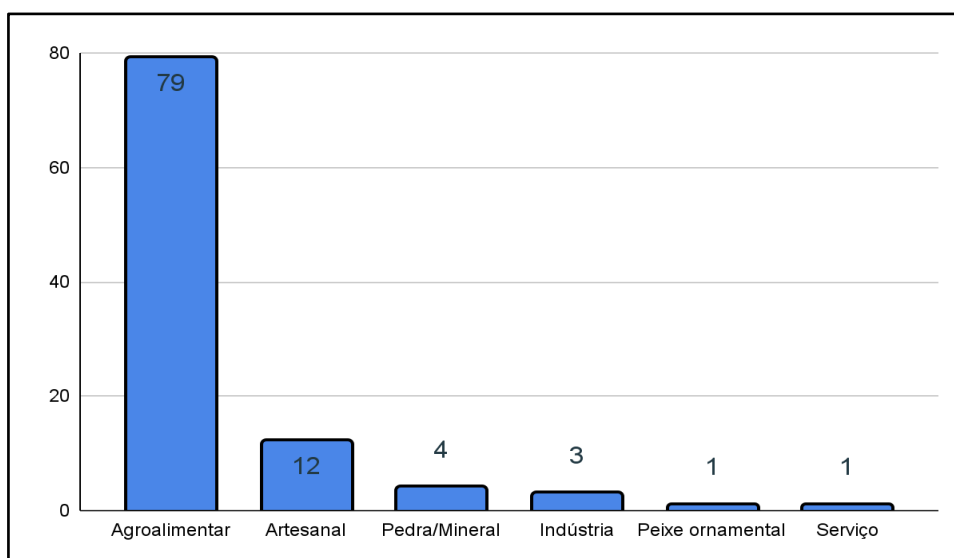
concentrava 63,7% dos empregos, seguido de 20,1% no setor industrial e 16% na agricultura; inverso do que ocorreu em 1950, quando os percentuais eram de 19,1%, 16,4% e 64,3%, nessa ordem. Portanto, o setor de serviços vem ganhando ênfase no cenário brasileiro.

O INPI, instituto responsável pela análise de pedido e concessão de registro de IGs, cumpre com a aplicação da legislação brasileira, ao conceder tal ativo de proteção também para serviços, desde que seja comprovada a notoriedade e/ou as qualidades típicas advindas do meio de que é originado.

Conforme consta no capítulo introdutório, o Brasil possui, atualmente, apenas uma IG de serviço reconhecida, da espécie indicação de procedência, atribuída ao Porto Digital, capital de Recife/Pernambuco, para a área de tecnologia da informação e comunicação (TIC), tendo seu registro concedido em 2012 (INPI, 2021a). Esse arranjo produtivo local (APL) de TIC teve seu início no ano 2000, através de ações da Hélice Tríplice, composta por academias, governos e empresas. É constituído por cerca de 330 empresas atuantes nas áreas de *software* e serviços de TIC, economia criativa (EC) e tecnologias urbanas como área estratégica. O APL abrange os bairros do Recife, Santo Amaro, Santo Antônio e São José, sendo administrado pelo Núcleo de Gestão do Porto Digital (NGPD), que tem a missão de trazer investimentos para o parque tecnológico (PORTO DIGITAL, 2021).

As IGs brasileiras são predominantemente de produtos, em especial, os agroalimentares.

GRÁFICO 1 - Quantitativo de IGs brasileiras por setor econômico



Fonte: Elaborado pela autora e adaptado da plataforma Datasebrae (2023).

Como se depreende do gráfico, 79 das IGs reconhecidas no Brasil são agroalimentares, seguidas de produtos artesanais, com 12 IGs; pedras e minerais, com 4; 3 de indústria, 1 de peixe ornamental e 1 de serviço, totalizando 100 IGs até o primeiro trimestre de 2023.

2.6 MARCA COLETIVA (MC): OUTRO SIGNO DISTINTIVO DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL

Também na seara da propriedade industrial brasileira, outro sinal de identificação de caráter coletivo coexiste com a IG: a marca coletiva (MC). Prevista na LPI, em seu artigo 123, inciso III, está definida como “[...] aquela usada para identificar produtos ou serviços providos de membros de uma determinada entidade” (BRASIL, 1996). Sua função é identificar produtos ou serviços originados de membros de uma determinada entidade coletiva, e é essa característica que a diferencia dos outros tipos de marcas e das IGs (BARBOSA; VALENTE, 2021).

As IGs são identificadas através do seu vínculo geográfico, enquanto as MCs o são por meio de suas comunidades produtoras. Ambos os sinais comunicam aos consumidores as características de seus produtos, sugerindo atributos de valor para mercados que prezam pela qualidade (SANTOS, 2021). A MC pode ser adotada pela entidade, independentemente de vínculo com o meio geográfico, inclusive tal signo restringirá o uso da marca aos associados, ao contrário do que ocorreria com as IGs (BARBOSA; VALENTE, 2021).

Quanto às regras para registrabilidade, as MCs seguem as mesmas das outras espécies de marcas previstas na LPI. Somente poderão ter seu registro solicitado por uma entidade que represente determinada coletividade, como as associações, cooperativas, sindicatos, federações, entre outras. Deve ser utilizado o “Regulamento de Utilização da Marca Coletiva”, obrigatório na solicitação do registro e durante o prazo de vigência da marca (BARBOSA; VALENTE, 2021).

Retomando o tema principal desta pesquisa – a aplicabilidade da IG de serviço – os próximos capítulos versam sobre o estudo de caso de possível potencial do sistema produtivo de serviços gastronômicos da cidade mineira tiradentina, a qual apresenta evidências de notoriedade frente ao público em geral.

CAPÍTULO 3 - PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

É fundamental, no universo da ciência, a definição de um método para a busca de determinado conhecimento. Através desse método, averigua-se a veracidade dos fatos que geraram o conhecimento científico (GIL, 2008).

Conforme assinalam Marconi e Lakatos (2003, p. 83),

[...] não há ciência sem o emprego de métodos científicos. Assim, o método é o conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo - conhecimentos válidos e verdadeiros -, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista.

A utilização de procedimentos metodológicos em um estudo científico é imprescindível para alcançar o resultado pretendido, devendo este ser legítimo e verificável por qualquer outro pesquisador.

A seguir, são apresentados o lócus, o objeto e os tipos da pesquisa quanto à abordagem, natureza, objetivos e procedimentos. E, ao final, as etapas da pesquisa.

3.1 LÓCUS

A realização desta pesquisa ocorreu na cidade de Tiradentes, localizada na microrregião São João del-Rei e na mesorregião Campo das Vertentes, estado de Minas Gerais. A área atual do município é de 83,047 km².

3.2 OBJETO

Caracterizar o arranjo produtivo local de serviços gastronômicos da cidade tiradentina, buscando elementos de notoriedade frente à opinião pública, dos saberes culinários, da tradição, dos tipos de cardápios comercializados, dos insumos trabalhados nos estabelecimentos, entre outros, que possam corroborar um diagnóstico de potencial de indicação geográfica da espécie indicação de procedência.

3.3 TIPOS DA PESQUISA

Quanto à abordagem desta pesquisa, foi utilizado o método misto, ou quali-quantitativo, pois foram trabalhados a descrição do objeto e seus elementos dimensionáveis. Segundo Araújo e Gomes (2004), as duas abordagens são complementares entre si e a combinação delas proporciona um melhor entendimento do objeto estudado, mitigando problemas que surgem quando são utilizadas isoladamente. Paranhos *et al.* (2016, p. 389) corroboram esse entendimento, pois assinalam que “[...] tanto as técnicas quantitativas quanto as qualitativas têm potencialidades e limitações [...] A vantagem da integração consiste em retirar o melhor de cada uma para responder uma questão específica”.

Esta pesquisa possui natureza aplicada, pois busca diagnosticar um possível potencial de reconhecimento de indicação geográfica dos serviços gastronômicos de Tiradentes - MG. Conforme ensina Gil (2002), a pesquisa de natureza aplicada é aquela que tem como objetivo solucionar determinado problema de ordem prática.

Quanto ao procedimento de pesquisa, foi adotado o estudo de caso que, segundo Yin (2001), é uma estratégia muito utilizada em várias áreas do conhecimento, nas quais há evidente necessidade do uso desse método, pois ele apresenta qualidade inigualável para a compreensão de fenômenos sociais complexos, preservando as características holísticas e significativas dos fatos.

Também foi utilizada a netnografia, com o intuito de se estudar a comunidade virtual do *site* de viagens Tripadvisor, para coleta de informações da opinião pública sobre a reputação dos serviços gastronômicos da cidade de Tiradentes. De acordo com Kozinets (2014, p. 61), a netnografia é uma espécie da etnografia, tratando-se de “[...] pesquisa observacional participante baseada em trabalho de campo online”. A netnografia pode ser usada para complementar outras abordagens de pesquisa (KOZINETS, 2014).

No que tange aos objetivos deste estudo, ele foi definido como descritivo e exploratório, pois, por meio das literaturas que fundamentaram esta pesquisa, levantou-se a possibilidade de um potencial de IG para o sistema produtivo de serviços gastronômicos da cidade de Tiradentes. Gil (2002) afirma que a pesquisa descritiva tem como principal função expor características de uma população ou de um fenômeno, podendo, também, estabelecer relações entre variáveis. Já a pesquisa

exploratória assume o papel de aumentar a familiaridade com o problema, com o propósito de torná-lo mais visível e construir ideias e percepções sobre ele.

3.4 ETAPAS DA PESQUISA

Na primeira etapa, procederam-se os estudos bibliográfico e documental. No que tange à pesquisa bibliográfica, a partir de livros, artigos, dissertações e teses extraídos de jornais, revistas e plataformas científicas, foram abordadas a origem da indicação geográfica e sua importância histórica, as legislações internacional e brasileira, a utilização da indicação geográfica como estratégia socioeconômica e a previsão legal de indicação geográfica de serviço.

Também, como fontes secundárias, foram exploradas documentações correlatas ao tema, como a Lei nº 9.279/1996, a Portaria INPI nº 04/2022, o Manual de Indicações Geográficas do INPI e os dados oficiais sobre o setor de serviços de alimentação da cidade de Tiradentes, por meio de consulta aos sítios eletrônicos do Observatório do Turismo de Minas Gerais (OTMG), Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais (Secult-MG), Assembleia Legislativa de Minas Gerais (ALMG) e da Associação Empresarial de Tiradentes - MG (Asset). Outros órgãos públicos foram utilizados, como o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (Mapa), o Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) e o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Também foi consultada a plataforma Rede de Cidades Criativas da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). Documentos de arquivo pessoal de moradores da cidade de Tiradentes, que em algum momento contribuíram para a promoção da cadeia gastronômica ali existente, também foram analisados, como reportagens impressas e o documento utilizado para apresentação da cidade de Tiradentes na candidatura à Rede de Cidades Criativas da Unesco pela Gastronomia.

Foram abordados a origem da indicação geográfica e sua importância histórica, o quantitativo de IGs brasileiras registradas no país (DATASEBRAE, 2023), as legislações internacional e brasileira, a utilização da indicação geográfica como estratégia socioeconômica e a previsão legal de indicação geográfica de serviço.

A segunda etapa da pesquisa teve como foco a exploração de elementos do objeto da pesquisa que atendessem à literalidade do arcabouço legal brasileiro. Primeiramente, foram apresentadas as diferentes interpretações de autores sobre o que vem a ser o elemento “conhecido”, requisito legal exigido no art. 177 da LPI e no art. 9º, § 1º, da Portaria INPI nº 04/2022, para reconhecimento de IG da espécie IP. Em seguida, foi analisada a notoriedade do nome da cidade de Tiradentes em função dos serviços gastronômicos ali prestados. Para tanto, foram elencadas publicações científicas, de mídia de massa, *sites* e *blogs* que evidenciam a notoriedade que o segmento vem conquistando ao longo do tempo.

No que tange à Portaria INPI nº 04/2022, foram verificadas a condição de associativismo da comunidade estudada, conforme art. 14, §1º e §2º, e a delimitação do território que abriga o sistema produtivo, conforme previsto no art. 16, inciso II, alínea c e inciso VIII, alínea a.

Também foi realizada pesquisa de campo virtual no *site* de viagens TripAdvisor, na seção de restaurantes, para elaboração de tabela comparativa entre Tiradentes e as principais cidades da mesorregião, em que é descrito o número de estabelecimentos de cada cidade premiados pela plataforma, graças ao ótimo desempenho nos serviços prestados, segundo a opinião do público-usuário.

Na terceira etapa, foram trabalhadas as fontes primárias, com a utilização da ferramenta virtual Formulários Google, para coleta e tratamento de dados qualitativos e quantitativos dos empreendimentos do segmento de serviços gastronômicos de Tiradentes, buscando sua caracterização (Apêndice A). A coleta de dados foi realizada junto aos estabelecimentos prestadores de serviços gastronômicos, em um universo de 72 estabelecimentos formais existentes na cidade tiradentina, conforme última atualização do OTMG, realizada em 2020. Foi trabalhada para esta pesquisa uma amostragem na ordem de 51,38%, correspondente a 37 estabelecimentos².

Os critérios empregados para a coleta de dados junto aos estabelecimentos foram: possuir CNPJ ativo e ter como principal atividade econômica a Classificação Nacional de Atividades Econômicas (CNAE) de serviços de alimentação fora do lar, de códigos 56.11-2 (referente a restaurantes e outros estabelecimentos de serviços

² Considerando que a coleta de dados primários foi realizada junto a empresas privadas, e que tais dados são corriqueiramente informados pelas mesmas em meios publicitários, foi dispensada a submissão desta pesquisa ao Comitê de Ética, por não se tratar de dados de natureza pessoal.

de alimentação e bebidas) e 56.12-1 (referente a serviços ambulantes de alimentação), ambos do grupo 56.1 - restaurantes e outros serviços de alimentação e bebidas, segundo classificação vigente do Concla/IBGE (2020).

A coleta de dados visou identificar e quantificar os perfis dos estabelecimentos, em relação à origem dos empreendedores que atuam no sistema produtivo, do saber-fazer, as formas de apropriação desses saberes, mensuração de estabelecimentos que oferecem a tradicional cozinha mineira e outros estilos de cardápios, e demais características que compõem o segmento.

Com relação ao tratamento dos dados, foram gerados gráficos e tabelas para uma melhor compreensão quali-quantitativa.

Na quarta e última etapa, houve a articulação com o governo municipal, através da Secretaria Municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer, para efetivar a incorporação do diagnóstico realizado pela autora deste trabalho ao projeto Renovar, lançado pelo governo local em fevereiro de 2022, para reposicionamento da cidade no contexto turístico e implementação de um signo distintivo, como ferramenta de promoção do segmento de serviços gastronômicos.

3.5 PRODUTOS DA PESQUISA

A partir das conclusões deste estudo de caso, foram elaborados um artigo científico (Apêndice B), que sintetiza o diagnóstico do potencial de IG apresentado e que se encontra submetido a uma revista de Qualis A2 (Anexo A), e uma proposta de Regulamento de Utilização para subsidiar uma possível adoção de marca coletiva (Apêndice C).

CAPÍTULO 4 - APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

A legislação brasileira permite duas espécies de IG, a indicação de procedência (IP) e a denominação de origem (DO). Nesse sentido, a Portaria INPI nº 04/2022, que regulamenta as condições para registro, exige documentos específicos, para fins de comprovação, a depender da espécie solicitada, conforme o seu art. 16.

No caso de DO, são necessários, para atendimento da legislação, estudos ambientais edafoclimáticos, topográficos e outros, inclusive o saber-fazer local, formas de organização e transformação da produção ou prestação do serviço que evidenciem uma ou mais qualidades únicas, exclusivas do território (SILVA *et al.*, 2014; BRASIL, 2021a), que demandam estudos científicos por uma equipe multidisciplinar e o longo prazo para se alcançar resultados efetivos que comprovem alguma influência natural e/ou humana para embasamento do pedido.

Portanto, o propósito do reconhecimento de uma indicação geográfica é proteger o nome de determinado território, seja ele uma localidade, uma cidade, ou mesmo um país. Porém os requisitos legais para o reconhecimento são específicos para cada espécie. É importante frisar que não há hierarquia entre IP e DO, isto é, não existe pré-requisito entre as duas espécies e também não há distinção no grau de importância delas (INPI, 2021b).

Tendo em vista a complexidade e o prazo maiores para a discussão de uma DO, a presente pesquisa abordará a aplicação dos requisitos legais necessários à IP.

4.1 PRINCIPAIS EXIGÊNCIAS DA LEGISLAÇÃO BRASILEIRA

As próximas seções apresentarão as condições de atendimento do segmento de serviços gastronômicos da cidade de Tiradentes/MG a três das exigências da LPI e da Portaria INPI nº 04/2022 para um pedido de reconhecimento de indicação geográfica da espécie indicação de procedência: notoriedade, associativismo e delimitação da área geográfica.

4.1.1 Notoriedade

Conforme Velloso *et al.* (2014), as bases para uma IG são a notoriedade e a qualidade vinculada ao meio geográfico, a depender da espécie de proteção

pretendida. Esses elementos devem ser o ponto de partida para se investigar um potencial de IG. Na LPI, o principal elemento para identificar uma IG da espécie IP é que o território do produto ou serviço tenha se tornado conhecido como centro de extração, fabricação ou produção. O INPI aplica a legislação brasileira vigente para fins de registrabilidade.

No que tange à expressão “tenha se tornado conhecido”, presente no art. 177 da referida lei, e condicionante para reconhecimento de uma IP, Matos e La Rovere (2017) assinalam que há diferentes interpretações do termo por parte de autores e até de instituições promotoras de IG, como Sebrae e INPI, para definição do que é “conhecido”. Diversos termos são utilizados ao tratarem da definição de uma IP, como “reputação”, “notoriedade” ou “reconhecido”, os quais são largamente encontrados nas literaturas acadêmicas, o que revela uma pluralidade de percepções do que vem a embasar essa espécie de proteção.

Para o reconhecimento de uma IP, a legislação brasileira “[...] exige somente a notoriedade do local de origem dos produtos/serviços” (BRUCH *et al.*, 2014, p. 71). Entretanto, as mesmas autoras trazem a distinção entre os termos notoriedade e reputação:

[...] pois enquanto a notoriedade está relacionada ao conhecimento que um determinado número de consumidores possui em relação ao signo distintivo, a reputação abarca além do conhecimento do público a noção de valores, geralmente advindos da qualidade do produto que conferem a este signo distintivo uma determinada fama, celebridade, renome, prestígio. Portanto, a notoriedade está para a dimensão quantitativa assim como a dimensão qualitativa está para a reputação (BRUCH *et al.*, 2014, p. 67).

Já para Marins e Cabral (2015, p. 408), “[...] o requisito essencial é a comprovação da reputação ou notoriedade da região pela extração, fabricação ou produção do produto ou serviço prestado”, confirmando a diferenciação entre os termos e a necessidade de um ou outro para reconhecimento de uma IP.

Mesmo sem um consenso na definição do(s) elemento(s) fundamental(is) caracterizador(es) de uma IP, por parte de autores e instituições atuantes no tema, é perceptível que os serviços gastronômicos de Tiradentes vêm se tornando conhecidos no mercado, conforme depreende-se de publicações científicas e da mídia em geral, sendo essas fontes uma exigência da Portaria Inpi nº 04/2022 para a comprovação de notoriedade.

O INPI, através do Manual de Indicações Geográficas, em sua segunda revisão de 12 de janeiro de 2023, reforça a exigência da Portaria, orientando a utilização, para fins comprobatórios de fama e notoriedade, de fontes que reflitam a opinião pública:

Entende-se por diferentes fontes documentos de diferentes autores, dentre os quais: obras literárias (livros, coletâneas, enciclopédias), artísticas (músicas, quadros, ilustrações) e científicas (artigos, trabalhos acadêmicos e científicos publicados em diferentes veículos); publicações em jornais, revistas e sites eletrônicos; matérias veiculadas por meio de radiodifusão (televisão, rádio); fontes iconográficas (fotografias, rótulos, anúncios), dentre outros. (INPI, 2023, p. 73).

O quadro do Apêndice D apresenta as principais menções encontradas em publicações científicas e em variados meios de comunicação de massa sobre a gastronomia tiradentina, entre as décadas de 2000 a 2020, totalizando, até a conclusão desta pesquisa, 74 fontes, o que retrata, em um primeiro momento, um quantitativo ainda tímido. Porém é perceptível que parte dessas publicações é oriunda de importantes veículos de comunicação, muito conhecidos pelo público.

Inclusive, há publicações com reverências ao polo gastronômico, com a utilização das expressões “alta qualidade”, “conjunto de bons endereços”, “o melhor da cozinha mineira” e “estrelados”, demonstrando que o polo possui valor agregado, qualidade e reputação, o que vai ao encontro dos resultados de Bruch *et al.* (2014) e Bruch e Kretschmann (2014), que fazem a distinção entre os dois conceitos: notoriedade e reputação. O primeiro refere-se à quantidade de conhecedores; o segundo, à qualidade daquilo que é conhecido.

Em acréscimo aos relatos das experiências vivenciadas pelos clientes nos estabelecimentos de serviços gastronômicos em estudo, também foram utilizados os dados da plataforma de turismo com abrangência mundial, Tripadvisor, seção de restaurantes, com o objetivo de aferir o desempenho – aqui compreendido como notoriedade e reputação – dos estabelecimentos nela cadastrados das principais cidades da mesorregião do Campo das Vertentes, para comparação com o desempenho dos estabelecimentos tiradentinos. A aferição do desempenho se deu pelo quantitativo de estabelecimentos de cada cidade que receberam o prêmio *Travellers' Choice* (antigo certificado de excelência) da referida plataforma.

Os critérios da plataforma para a concessão do prêmio *Travellers' Choice* são: recebimento frequente de avaliações excelentes dos consumidores, manutenção da

pontuação geral a partir de quatro “círculos”, recebimento de um número mínimo de avaliações no período de um ano e perfil ativo na plataforma há pelo menos um ano. As áreas do estabelecimento avaliadas pelo público são: comida, serviço e preço. Ainda de acordo com o sítio eletrônico, somente cerca de 10% das empresas listadas na plataforma recebem essa premiação (TRIPADVISOR, 2023).

As cidades utilizadas para comparativo com Tiradentes foram Barbacena e Lavras, por serem as mais populosas, com mais de 100.000 habitantes, segundo último censo demográfico do IBGE em 2010; São João del-Rei e Carrancas, por apresentarem maior apelo turístico, viés também presente na cidade tiradentina.

TABELA 1 - Números de estabelecimentos de serviços gastronômicos detentores do prêmio Travellers' Choice 2022/Tripadvisor por cidade

Cidade	População segundo Censo IBGE 2010	Presença de viés turístico	Quantitativo de estabelecimentos premiados com o Travellers' Choice
Barbacena	126.284	não	1
Carrancas	3.948	sim	3
Lavras	92.200	não	0
São João del-Rei	84.469	sim	6
Tiradentes	6.961	sim	46

Fontes: IBGE (2017); Tripadvisor (2023).

Observa-se que a cidade de Tiradentes tem o maior número de restaurantes premiados pela plataforma com relação às demais cidades. Carrancas e São João del-Rei, que possuem relevância turística, assim como Tiradentes, seguem com menor número: a primeira com 3 estabelecimentos, e a segunda com 6. As cidades de maior porte populacional, uma delas Barbacena, tem 1 estabelecimento premiado, e Lavras não tem nenhum. Portanto, depreende-se dessa análise que Tiradentes tem destaque em nível regional quando se trata de seus serviços de gastronomia.

Ainda no contexto da opinião pública, a Secretaria Municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer de Tiradentes, juntamente com o Conselho Municipal de Turismo, a Asset e a organização Trilha dos Inconfidentes, realizaram pesquisa, no

ano de 2020, para conhecer as expectativas dos visitantes em relação à cidade. Ficou evidenciado, pelos 79,2% dos respondentes, que o atrativo principal da cidade, responsável pela decisão dos visitantes em escolhê-la como destino de viagem, é a sua oferta gastronômica, majoritariamente representada pelos serviços de alimentação fora do lar, como restaurantes, docerias, bares, sorveterias, entre outros (TIRADENTES, 2021).

É importante destacar que a cidade de Tiradentes concorreu, em 2017, de acordo com a Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais (Secult/MG), à Rede de Cidades Criativas da Unesco pela Gastronomia, juntamente com a capital Belo Horizonte, recebendo, à época, o apoio do governo estadual (MINAS GERAIS, 2017). Criada em 2004, a Rede abrange outras seis áreas além da gastronomia: a de artesanato e artes populares, artes de mídia, cinema, *design*, literatura e música, todas visando à promoção da cooperação com e entre cidades que identificaram a criatividade como uma estratégia para o desenvolvimento urbano pautado na sustentabilidade. A área da gastronomia é composta por cidades de viés cultural e criativo, como Parma, na Itália, São Petersburgo, na Rússia, e as brasileiras Belém, Florianópolis, Paraty e Belo Horizonte (UNESCO, 2022).

Outro evento importante do qual a cidade tiradentina participou como referência gastronômica e como sediadora foi o lançamento do Selo da Cozinha Mineira, em fevereiro de 2022, pertencente ao Plano Estadual da Gastronomia Mineira, criado em 2018, que pretende reconhecer a tradicional cozinha regional como patrimônio histórico-cultural do estado de Minas Gerais (MINAS GERAIS, 2022).

Entretanto, para maior embasamento de um futuro pedido de reconhecimento de IP em tela, faz-se pertinente uma nova pesquisa em busca de mais publicações que mencionem a cidade como referência gastronômica, para trazer robustez ao quantitativo de fontes a ser apresentado no pedido. Ademais, a realização de uma pesquisa de opinião independente de influências comerciais e de *marketing* junto a consumidores comuns de regiões diversas, para colher percepções de diferentes perfis em busca da possível confirmação de que a cidade é, efetivamente, conhecida como reduto de serviços notórios em gastronomia, complementar a documentação para pedido de reconhecimento.

Além da exigência de comprovação de notoriedade por meio de publicações de fontes e autores diversos e outros materiais que possuam caráter comprobatório, a

Portaria INPI nº 04/2022 traz outros requisitos para cumprimento pelos interessados na busca do reconhecimento de uma IG da espécie indicação de procedência: o associativismo para representação dos produtores ou prestadores de serviços e delimitação da área geográfica a ser protegida. Em parceria com a Secretaria Municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer de Tiradentes-MG e com a Asset, foi realizada pesquisa virtual com a ferramenta Formulários Google (Apêndice A), com uma amostragem de 37 associados e não associados, para levantamento das condições desses elementos legais no arranjo local das empresas prestadoras de serviços gastronômicos e também a sua caracterização e tradição, as quais serão discutidas em tópico à parte.

4.1.2 Associativismo

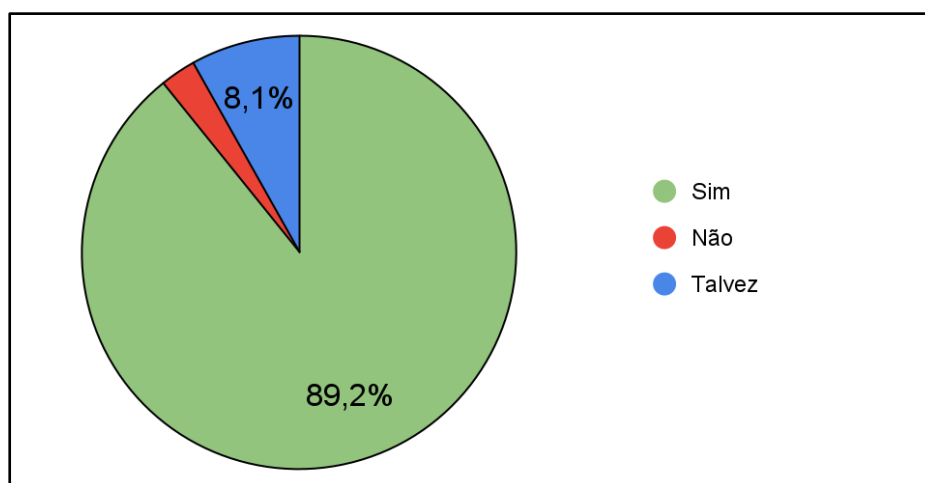
Um potencial de IG, seja qual for o tipo ou a espécie, deve, fundamentalmente, estar representado por uma entidade legítima de produtores ou prestadores de serviço do local, para buscar seu reconhecimento junto ao INPI, tendo em vista que a IG é um bem coletivo e que será implementado em uma delimitada área geográfica (VELLOSO *et al.*, 2014). Essa representatividade por um substituto processual se dá por força do Art. 14, §1º e §2º da Portaria INPI nº 04/2022 (INPI, 2022a).

Em Tiradentes, não há uma entidade representativa exclusiva dos serviços de alimentação. Apenas uma parte dos prestadores de serviços desse segmento encontra-se vinculada à Asset, criada em 2012, que abrange outras diferentes atividades econômicas da cidade. Em pesquisa realizada em parceria com a Asset, foi informado que, do total de 143 associados, apenas 41 são de restaurantes e outros tipos de estabelecimentos de serviços de alimentação, o que representa 28,7% do total de associados. De acordo com a Portaria INPI nº 04/2022, em seu art. 14, § 2º, é possível que a associação representativa de uma IG seja mista, entretanto essa entidade deve ser composta, predominantemente, pelos produtores ou prestadores de serviço pertencentes ao produto ou serviço da futura IG, o que também não é o caso atual da associação tiradentina.

Nesse contexto do associativismo insuficiente, será necessário um movimento integrado com a participação de agentes endógenos, como o governo municipal e a Asset, e exógenos, como o Sebrae e Universidade, para articular a conscientização

do segmento sobre a importância de se ter uma entidade coletiva representativa. É preciso implementar ações para a captação de potenciais associados para a Asset, ou mesmo a criação de uma entidade exclusiva para representá-los, seja em busca de uma IG ou até mesmo de um outro ativo de propriedade industrial, como a marca coletiva, a fim de fortalecer a identidade do sistema produtivo e reposicioná-lo no mercado.

GRÁFICO 2 - Prestadores de serviços interessados na possibilidade de reconhecimento por uma IG de serviço



Fonte: Elaborado pela autora.

A grande maioria dos empreendedores, associados ou não à Asset, apresentaram interesse em um possível reconhecimento por IG, no total de 89,2%, equivalentes a 33 respondentes. Outros 3 respondentes, representando 8,1%, disseram talvez; e 1 prestador, representando 2,7% da pesquisa, respondeu não ter interesse no reconhecimento.

O interesse pela maioria dos prestadores de serviços em um possível reconhecimento por IG para distinção do segmento em relação à concorrência pode mudar o cenário atual de baixa adesão ao associativismo. Mesmo que o potencial de IG não se confirme, pode-se trabalhar outro instrumento de propriedade industrial, como a marca coletiva, para a qual também é necessária uma associação representativa.

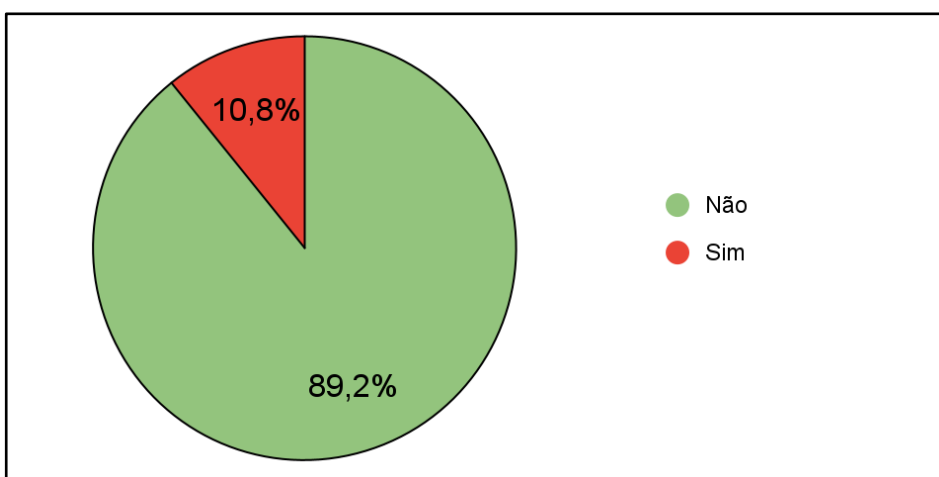
4.1.3 Delimitação da área geográfica

A Portaria INPI nº 04/2022, em seu art. 16, inciso II, alínea c, e inciso VIII, alíneas a e b, determina que a área geográfica a ser protegida por IG deverá ser demarcada. Portanto, produtores ou prestadores de serviços pertencentes a um território protegido devem respeitar os limites territoriais que, inclusive, estarão previstos no Caderno de Especificações Técnicas a ser seguido pelos detentores da IG.

O INPI, em evento virtual realizado pelo YouTube, em 09/06/2021, para a apresentação da 1ª edição do Manual de Indicações Geográficas do Instituto, reforça essa condição. Foi explicado durante a apresentação que as empresas situadas em território reconhecido por IG, ao estabelecerem outras unidades empresariais fora da área delimitada/reconhecida, estas perderão o vínculo com o território protegido, não podendo, portanto, fazer uso do signo distintivo (BRASIL, 2021b).

No caso de Tiradentes, há na amostragem estabelecimentos que possuem unidades fora da cidade, área que, inicialmente, seria protegida.

GRÁFICO 3 - Estabelecimentos que possuem unidades fora da área em estudo



Fonte: Elaborado pela autora.

Dos respondentes da amostragem, 89,2%, equivalentes a 33 respondentes, não possuem outra unidade da empresa fora de Tiradentes. Entretanto, 10,8%, equivalentes a 4 estabelecimentos, possuem outras unidades que extrapolam a área da cidade.

Ainda na questão da demarcação geográfica, percebe-se, em algumas das publicações da mídia, listadas no Apêndice D deste estudo, que o distrito de Vitoriano Veloso, também conhecido como Bichinho – pertencente à cidade de Prados e muito próximo a Tiradentes –, é por vezes mencionado como localidade de gastronomia mineira notável, de grande atratividade turística, o que traria a necessidade de avaliação para incluí-lo na área a ser demarcada.

Concluído o diagnóstico das condições do segmento de serviços gastronômicos frente a três das exigências da legislação brasileira (notoriedade, associativismo e delimitação da área geográfica), as próximas seções deste trabalho tratam de mais um elemento que, segundo Bruch *et al.* (2014), Bruch, Vitrolles e Locatelli (2014), Locatelli (2016) e Matos (2019), é importante no contexto de reconhecimento de IP, mesmo que não esteja expressamente previsto na legislação e, logo, prescindível na apreciação pelo INPI: a tradição – analisada através do levantamento histórico-cultural do território em que está estabelecido o sistema produtivo.

4.2 A IMPORTÂNCIA DO LEVANTAMENTO HISTÓRICO-CULTURAL DO TERRITÓRIO

O levantamento histórico-cultural da área geográfica é relevante para a busca de informações do passado que fundamentem e contribuam para um reconhecimento de IP. Essas informações devem ser reais, concretas, uma vez que deverão ser apresentadas junto às demais documentações para o pedido de registro no INPI e facilitarão a demarcação da região a ser protegida, entre outros procedimentos. A notoriedade, a ligação desta com o nome geográfico, o preço diferenciado do produto ou serviço, a existência de consumidores de outras cidades e estados, o arranjo produtivo organizado, entre outros elementos, contribuem para comprovação de um potencial de IP (SILVA *et al.*, 2014).

Ainda sob a ótica de Silva *et al.* (2014), o levantamento histórico-cultural propicia um melhor entendimento do passado da comunidade produtora ou prestadora do serviço e uma maior aproximação de seus membros em busca de um objetivo comum, que é o fortalecimento do arranjo produtivo e o seu reconhecimento no mercado.

A pesquisa de notoriedade limitada a apenas publicações recentes para comprovação deste requisito pode ser rasa e insuficiente para a composição de um pedido de IG, caso este não esteja fundamentado por um levantamento histórico-cultural da área geográfica que se tornou famosa pelo produto ou serviço ali existente. Trazer à tona informações de como se deu a formação do território, suas divisões político-administrativas, a constituição populacional da área, a origem e a apropriação dos saberes ali presentes trará um forte alicerce para o pedido junto ao órgão chancelador do ato declaratório de reconhecimento.

4.2.1 História e cultura da cidade de Tiradentes/MG

Por volta de 1702, paulistas interessados na busca por ouro formaram as primeiras povoações das terras da atual cidade de Tiradentes. A região foi descoberta por Tomé Portes del-Rei, guarda-mor distrital estabelecido nas imediações da atual São João del-Rei. Portes, com sua família, cuidava das canoas, da agricultura e da venda de víveres e munição, além de cobrar impostos dos aventureiros. Em busca de ouro, João de Siqueira Afonso chegou à região e, ao encontrar metais preciosos, avisou a Portes sobre o achado nas áreas próximas à serra de São José. Assim, formou-se o primeiro agrupamento de garimpeiros no local denominado Arraial de Santo Antônio, onde Siqueira Afonso e seus ajudantes se estabeleceram. A partir daí a região passou a fazer parte do Ciclo do Ouro (IBGE, 2017).

A localidade foi palco do Capão da Traição, em fevereiro de 1709, quando paulistas e emboabas envolveram-se em uma disputa pelo direito de exploração das minas de ouro daquela localidade. Os paulistas abandonaram a região (IBGE, 2017).

Novas áreas foram exploradas em busca de ouro, como as serras são joanenses. Em 1718, criou-se a segunda vila, com o nome de São José, em homenagem ao Príncipe D. José, filho de D. João V. Foi também nessa região que nasceu o Mártir da Independência, Joaquim José da Silva Xavier – o Tiradentes –, em 1746, na Fazenda do Pombal, entre São José del Rei (hoje Tiradentes) e São João del-Rei – nome atual dessa cidade (IBGE, 2017).

Com a chegada do Visconde de Barbacena, em 1789, para a cobrança do quinto do ouro, chamada Derrama, que se encontrava atrasada, o descontentamento assolou a região, ensejando a Inconfidência Mineira. Tiradentes foi um dos mais

importantes inconfidentes e assumiu toda a responsabilidade da rebelião. A derrama foi suspensa e, em 21 de abril de 1792, Tiradentes foi executado no Rio de Janeiro (IBGE, 2017).

Com a exploração do ouro em grande escala, a população cresceu provocando um aumento rápido de moradias, igrejas e comércio. Então, a vila São José foi promovida a cidade em 1860. O Decreto Estadual nº 3, de 6 de dezembro de 1889, deu à cidade o nome atual de Tiradentes, em homenagem ao mártir da Inconfidência (IBGE, 2017).

No período setecentista, com a exploração aurífera em alta e a chegada de portugueses e africanos para as funções de garimpeiros e escravos (nessa ordem) e com os passantes de mercadorias trazidas de outras regiões, chamados tropeiros, uma grande herança cultural foi deixada em Tiradentes, como também em outras cidades de Minas Gerais, por todos esses personagens da história do Brasil Colônia. Através do intercâmbio de conhecimentos, hábitos e costumes, realizado gradativamente entre índios da região, portugueses e africanos, surge uma rica culinária típica, que se mantém notória até os dias atuais. Do contato entre índios e colonos portugueses veio o conhecimento do milho, farinhas e inhame; já os escravos trouxeram as sementes e plantas típicas da África (BOAVENTURA, 2013).

Desse intercâmbio de conhecimentos alimentares, surgem duas vertentes culinárias em Minas: as refeições mais elaboradas, como guisados, doces em caldas e ensopados encorpados com molhos, preparados por aqueles moradores de fazendas, sítios e vilas, com melhor estrutura para tal; e a comida “seca”, sem a presença de caldo, com uso de farinhas, torresmos e carnes confitadas – preservadas em gordura –, largamente utilizadas pelos tropeiros (devido às longas viagens realizadas por eles para o transporte de mercadorias em suas mulas e burros, a comida com essas características era mais bem conservada) (BOAVENTURA, 2013).

Lopes e Silva (2020, p. 117) descrevem a cidade de Tiradentes como um arraial do século XVIII:

A cidade que fica isolada pela Serra São José, acaba se fechando em uma comunidade ligada aos valores da terra e do quintal. As casas e fazendas de Tiradentes recebiam tropeiros e mineiros “de passagem”, criando desde os primórdios do Século XVIII um ponto de encontro gastronômico e cultural. Todos os viajantes e trabalhadores do ciclo do Ouro, de forma geral, estavam ligados à Santo Antônio do Rio das Mortes, sejam pelos caminhos da Estrada

Real, ou pelo simples pouso na vila para trocar o metal precioso por mantimentos, objetos manufaturados ou animais.

Campos (2006) ressalta a hospitalidade dos povoados da região da Vila de São José com os tropeiros e como a culinária mineira foi muito utilizada para atender a esses “passantes” que frequentavam a região para prática do comércio. Nesse mesmo entendimento, Boaventura (2013) traz a hospitalidade como característica marcante dos nativos, além dos hábitos alimentares relatados por viajantes estrangeiros já no século XIX. A simplicidade ímpar em se prepararem alimentos com ingredientes caseiros, “de quintal”, é passada a cada geração, através de receitas, algumas mais elaboradas, com acréscimos de outros insumos, mas estes também pertencentes à culinária típica. Entre os alimentos mais comuns em Tiradentes estão o fubá, o feijão, as carnes de porco e seus derivados, carne de frango, frutas, legumes e verduras diversas, cultivados em hortas próprias.

A importância dos alimentos no contexto do comércio na Vila de São José, hoje Tiradentes, já era perceptível no período do Ciclo do Ouro:

A Vila de São José do Rio das Mortes era a mais abundante de toda a Capitania, dela se sustentava a maior parte das comarcas, principalmente de toucinhos, gados, queijos, milho, feijão e arroz. Tinha muita fruta de toda a qualidade, principalmente as maçãs, semelhantes às de Portugal. Caça e peixes não faltavam aos que se entregavam aos exercícios venatórios e piscatórios. Ares sadios e clima temperado (FRIEIRO, 1982, p. 68).

A vila, que até então era um dos centros de extração de ouro mais importantes de Minas Gerais, adentra em uma era de decadência econômica, a partir do fim do século XVIII, com o esgotamento das jazidas de ouro em toda Minas Gerais. Nesse mesmo período, houve mudanças sociais importantes, como o desmembramento de partes do território da vila e emigração da população para outros locais. Já no século XIX, os moradores que permaneceram na vila voltaram-se para agricultura, agropecuária e artesanatos em prata. Em 1860, a vila foi considerada cidade e mudou o nome para Tiradentes, em homenagem ao importante alferes da Inconfidência Mineira. Porém a agora cidade ainda permanecia em total declínio econômico e degradação geral (PELLEGRINI FILHO, 2000).

Na primeira metade do século XX, a cidade ainda continuava em decadência, com apenas 1.236 habitantes, em 1920, menos da metade da época do auge do ouro. Mas foi devido a essa decadência econômica que o conjunto arquitetônico da cidade

foi preservado, sem sofrer intervenções de demolição para construções mais modernas. Assim, através do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Sphan), veio a ser tombado em 1938 (CAMPOS, 2006).

Com um novo decréscimo populacional em 1950, que registrava apenas 1.142 habitantes, segundo o censo daquele ano, era gritante o abandono do conjunto arquitetônico da cidade. Somente a partir dos anos 60 a cidade recebeu uma nova função para sua economia: o investimento no turismo receptivo. Porém a transformação foi lenta, sendo mais expressiva a partir da década de 1980 (CAMPOS, 2006). Já Neves (2013) relata que o turismo na cidade no início da década de 80 ainda era tímido, havendo apenas 8 estabelecimentos para atender a uma pequena demanda, resumindo-se a 5 pousadas e 3 restaurantes.

O desenvolvimento dessa nova “função” econômica implementada na cidade de Tiradentes ocorreu no período em que as atividades turísticas no Brasil – e também no mundo – estavam se intensificando. Segundo Müller, Hallal e Ramos (2011), o cenário econômico positivo brasileiro de desenvolvimento econômico promoveu a captação de muitos investimentos, tanto nacionais quanto internacionais, com vistas a ganhos financeiros, entre eles os investimentos em serviços ligados ao turismo. Em 1966, com a criação da Embratur, começou-se a criar uma conscientização da importância das atividades turísticas e dos benefícios econômicos que delas poderiam advir. A partir da década de 1970, houve financiamentos de longo prazo e incentivos fiscais pelos governos federal e regionais.

Em Tiradentes, no fim da década de 1970, houve investimentos da Hidrominas, empresa de economia mista do estado, no Balneário das Águas Santas, pertencente a Tiradentes. Naquela ocasião, entendia-se que o centro histórico da cidade, de arquitetura barroca, não possuía potencial turístico, por isso o investimento foi realizado no Balneário (NEVES, 2013).

Campos (2006) relata que, em 1980, foram realizados investimentos privados, através da criação da Sociedade dos Amigos de Tiradentes (SAT), formada por aqueles que se viram sensibilizados com o abandono e a degradação das casas e monumentos históricos. O objetivo da SAT era

[...] fazer obras de emergência no casario, para assegurar a permanência dos moradores em suas residências no núcleo histórico. Inicialmente, 30 casas foram recuperadas. Depois, em convênio com a Fundação Roberto Marinho,

outras casas foram recuperadas, incluindo o Solar Ramalho, que hoje abriga a sede da própria SAT e também do Iphan (CAMPOS, 2006, p. 42).

Nas décadas seguintes, graças à manutenção dos elementos histórico-culturais genuínos da cidade até então (como o conjunto arquitetônico, a religiosidade e o conhecimento da culinária típica), ao movimento de valorização e desenvolvimento do turismo no Brasil e no mundo, a partir da segunda metade do século XX, e à criação de festivais, como o de Cinema e o de Cultura e Gastronomia, Tiradentes consegue se reerguer da longa crise econômica na qual se encontrava mergulhada, tendo desenvolvido exponencialmente os segmentos ligados às atividades turísticas, como a arte, os meios de hospedagem e a gastronomia.

Na percepção de Lopes e Silva (2020, p. 117),

A gastronomia que hoje representa um dos mais importantes atrativos turísticos da cidade (Tiradentes é um dos 12 locais onde ocorrem o Festival Internacional de Gastronomia), é resultado de uma miscigenação luso-africana aliada a escassez ou nulidade de ingredientes desta região de Minas Gerais. Os grandes pratos da culinária mineira unem receitas tradicionais portuguesas com temperos africanos e uma boa pitada de elementos endêmicos da região.

Tiradentes, hoje, tem os serviços turísticos como a sua principal atividade econômica e a gastronomia como uma das maiores, senão a maior, marcas identitárias da cidade. As receitas da época setecentista, criadas para a subsistência de moradores e para atender aos tropeiros, ainda fazem parte do polo gastronômico, ao lado das cozinhas tradicional, internacional e contemporânea, sendo o chamariz de turistas para a cidade.

4.2.2 Indicadores sociais e econômicos da cidade de Tiradentes/MG

Após um período de decadência e estagnação econômica que persistiu desde o fim do ciclo aurífero, no final do século XVIII, até a década de 1980, finalmente a cidade consegue se reerguer e se torna tipicamente turística, sendo hoje a sua principal atividade econômica. Muitos forâneos, atraídos pela nova dinâmica econômica que a cidade estava desenvolvendo, realizaram investimentos com a compra de imóveis, principalmente no centro histórico. Mais tarde, muitos desses imóveis se tornaram pontos comerciais, como pousadas, restaurantes e outras lojas

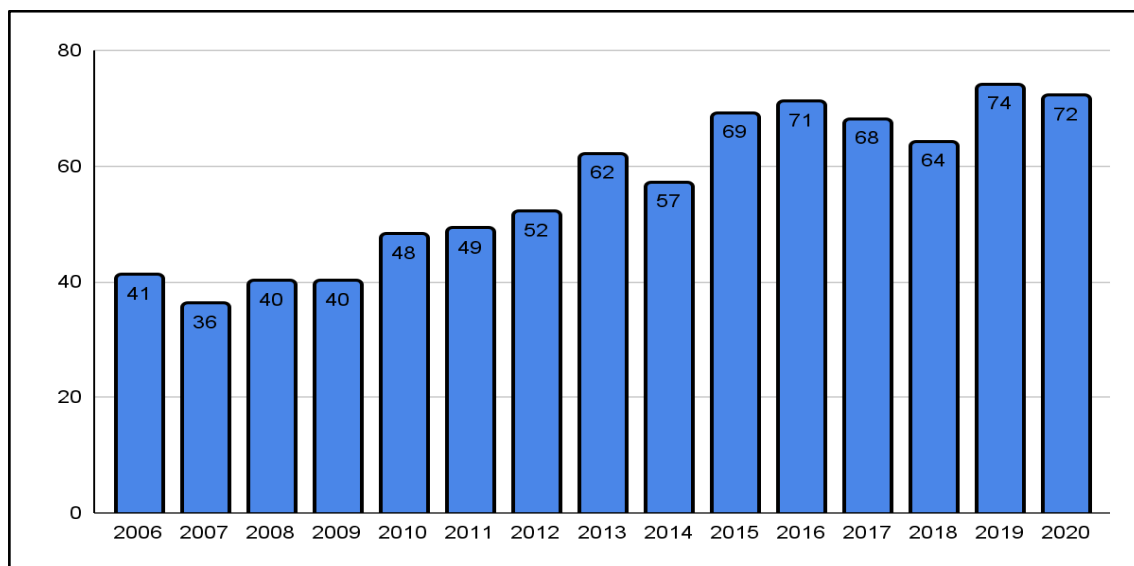
com viés turístico. Com essa chegada de forâneos e suas apropriações dos casarios centrais, os autóctones migraram para as áreas periféricas da cidade (CAMPOS, 2006). A população vem aumentando, conforme dados do Censo 2010, que indicou 6.961 habitantes, e a projeção feita pelo IBGE para 2021 foi de 8.161 habitantes (IBGE, 2017).

Outras mudanças socioeconômicas em Tiradentes foram significativas. Atualmente, sua área territorial é de 83,047 km² e 80,8% de domicílios possuem esgotamento sanitário adequado; 23,1% de domicílios urbanos estão em vias públicas com arborização; 21,4% de domicílios urbanos, em vias públicas com urbanização adequada (IBGE, 2017). A escolaridade da população de 6 a 14 anos é de 98%, e a cidade possui 6 escolas de ensino fundamental e 1 de ensino médio (IBGE, 2017).

O salário médio mensal era de 1,5 salários mínimos e a proporção de ocupados em relação à população total era de 35,5% em 2019. A população com rendimento nominal mensal per capita de até 1/2 salário mínimo era de 29,6%, de acordo com o Censo 2010. Na economia, o produto interno bruto (PIB) *per capita* em 2018 era de R\$ 20.633,71, e o índice de desenvolvimento humano (IDH) de 0,74 em 2010, ocupando o 59º lugar em MG e 764º no Brasil. O IDH da cidade era de 0,465 em 1991 e de 0,61 em 2000, logo, houve um aumento próximo de 31% (IBGE, 2017).

Ainda no âmbito econômico, como o município teve o seu desenvolvimento, nas últimas décadas, pautado no turismo, ocorreu o fortalecimento dos segmentos de hospedagem e serviços de alimentação, inerentes às atividades turísticas. Houve o aumento quantitativo e qualitativo desses dois setores e, atualmente, representam as atividades mais importantes da cidade, em predominância e geração de empregos. Em 2020, último ano em que foi realizado o levantamento dos indicadores pelo Observatório do Turismo de Minas Gerais, o setor de hospedagem liderava os números, contabilizando 107 estabelecimentos e 488 postos formais de trabalho. O setor de serviços de alimentação, no mesmo ano, contava com 72 estabelecimentos e 323 postos de trabalho formais (OTMG, 2023).

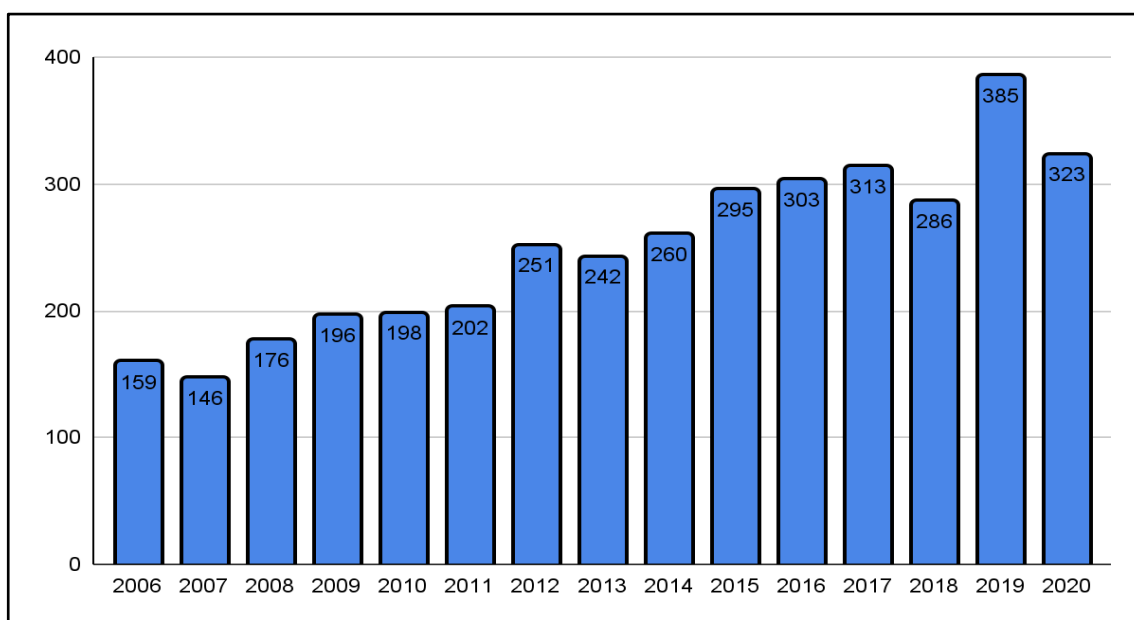
GRÁFICO 4 - Números de estabelecimentos formais de alimentação em Tiradentes/MG de 2006 a 2020



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do OTMG, 2023.

Considerando o período abrangido no gráfico, ao longo de 15 anos, houve um crescimento de 75,6% do segmento de serviços de alimentação, sendo 41 empresas em 2006 e, em 2020, somavam-se 72 unidades. Conseqüentemente, o aumento do índice de empregos formais neste segmento também foi registrado no mesmo período.

GRÁFICO 5 - Números de empregos formais no segmento de serviços de alimentação em Tiradentes/MG de 2006 a 2020



Fonte: Elaborado pela autora a partir de dados do OTMG, 2023.

Em 2006, a cidade registrava 159 postos com carteira assinada no segmento gastronômico. Em 2020, o número foi para 323 postos formais, o que representa um aumento de 103,2%.

Nota-se um declínio no número de estabelecimentos e de postos de empregos entre 2019 e 2020, o que pode ser associado à pandemia da Covid-19, com a qual o setor turístico sofreu grande impacto negativo, devido à paralisação das atividades.

O panorama desses indicadores do segmento gastronômico da cidade reforça a importância que esse setor possui na economia local, inclusive nas cidades do entorno, além de contribuir de forma significativa para que Tiradentes seja, segundo o OTMG (2023), uma das quatro cidades indutoras do turismo nacional, juntamente com Belo Horizonte, Ouro Preto e Diamantina.

Na seção seguinte, são apresentadas a origem e a caracterização do sistema produtivo de serviços gastronômicos, com o intuito de se buscar sua provável tradição, apresentando a origem dos empreendedores atuantes, os saberes culinários e as formas de apropriação desses saberes, mensuração da presença da tradicional cozinha mineira e das demais ali comercializadas, entre outras características que compõem o segmento atualmente.

4.3 ORIGEM E CARACTERIZAÇÃO DO SEGMENTO DE SERVIÇOS GASTRONÔMICOS

A histórica cidade de Tiradentes começa a ganhar novas nuances gastronômicas a partir do final da década de 1990, com a instalação de vários serviços de alimentação para atender ao aumento da demanda turística. No ano de 1998, foi realizado o 1º Festival de Cultura e Gastronomia, já tradicional na cidade, por meio do qual foi trabalhado o *marketing* dos serviços gastronômicos então existentes, que contou com a participação dos empreendedores e *chefs* apresentando pratos típicos e suas criações ao ar livre, o que contribuiu bastante para o aumento da visibilidade desse segmento e, assim, ganhando olhares turísticos de outras regiões (ASSET, 2016).

Conforme a relação de publicações que evidenciam certa notoriedade da cidade de Tiradentes, a partir dos anos 2000, iniciaram-se as primeiras menções de pesquisadores e profissionais da mídia de massa sobre os restaurantes de cozinha

mineira e internacional ali estabelecidos, que chamavam a atenção pelo seu grau de ineditismo.

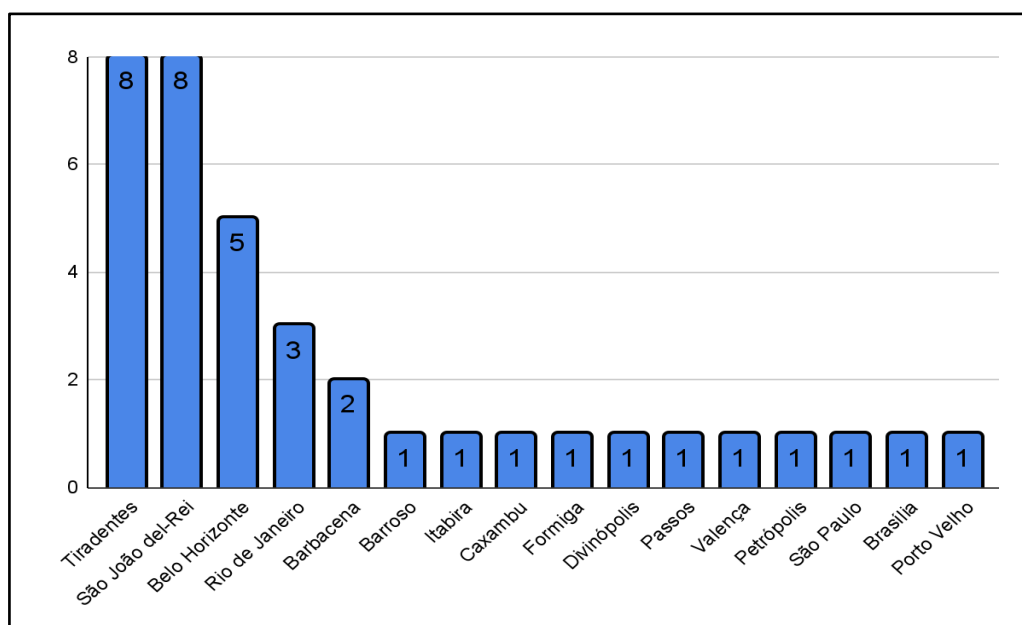
Portanto, é razoável afirmar que tal segmento de serviços possui cerca de 24 anos de existência, o que evidencia uma tradição muito jovem, principalmente se comparada com IGs brasileiras de tradições seculares, como a do queijo Canastra e a da cachaça de Paraty.

A Organização das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura (FAO) considera como prática tradicional aquela que exista há pelo menos 25 anos em determinada localidade, tempo necessário para a transferência de determinado saber-fazer de uma geração a outra (MATOS, 2019).

Já Silva *et al.* (2014) assinalam que a tradição de um potencial de IG não precisa, fundamentalmente, ser tão antiga: “Certas regiões produzem há mais de 500 anos o mesmo produto. Ao lado destas, outras se tornaram conhecidas com um produto mais recente (10 ou 30 anos). Um produto IG não precisa ser, necessariamente, um produto muito antigo” (SILVA *et al.*, 2014, p. 137).

Conforme já mencionado neste estudo, foi realizada pesquisa virtual com a ferramenta Formulários Google (Apêndice A) junto aos 72 empreendimentos formais de serviços de alimentação fora do lar, de acordo com dados do Observatório do Turismo de MG. Foi trabalhada uma amostragem de 51,38%, equivalente a 37 respondentes, na busca de informações mais relevantes do sistema produtivo.

GRÁFICO 6 - Origem dos empresários/chefs do segmento



Fonte: Elaborado pela autora.

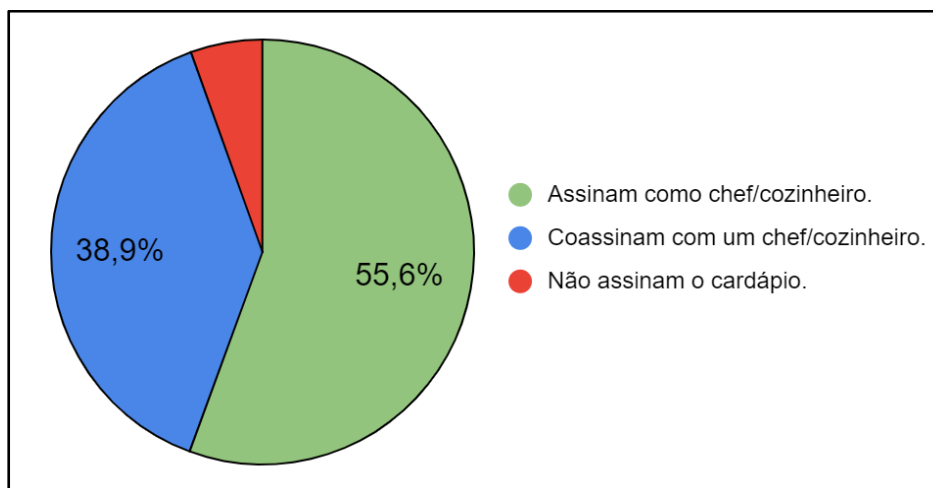
Da amostragem trabalhada, apenas 8 consultados, equivalente a 21,6%, são autóctones. Dos outros 29, 56,7% são mineiros e 21,6% são naturais de outros estados, sendo 5 do Rio de Janeiro, 1 de São Paulo, 1 do Distrito Federal e 1 de Rondônia. Fica evidenciada a escassez dos nativos no empreendedorismo do setor, indicando uma maior participação deles como mão de obra operacional nos estabelecimentos, nas funções de cozinheiros, garçons e outras inerentes ao segmento.

É importante frisar que no Brasil há territórios reconhecidos por IG que abrigam comunidades formadas por processos migratórios, em que culturas, tradições e saberes são transportados para tais localidades e adaptados às características destas, formando, assim, sistemas híbridos e novas cadeias produtivas (SCHIAVONE, 2010; MASCARENHAS, WILKINSON; 2014; DUPIM, 2015). A migração interna, aqui entendida como as mobilidades entre regiões do Brasil, ocorreu, por exemplo, no Cerrado Mineiro, reconhecido como IG em 2005 pela produção de café. De acordo com a ficha técnica disponível na plataforma do INPI, no final da década de 1970, graças aos preços baixos e ao incentivo de atividades agrícolas pelo governo na época, um grande número de cafeicultores vindos do Paraná e Oeste de São Paulo migraram para a região mineira. Essa movimentação de cafeicultores ocorreu também devido a uma forte geada que destruiu plantações nas suas áreas de origem (INPI, 2005).

Em Tiradentes, a migração ocorreu com maior intensidade na década de 90, período em que o turismo local estava ganhando força e muitos nativos estavam vendendo seus casarios no centro histórico, representando uma boa oportunidade para empreendimentos em atividades turísticas (CAMPOS, 2006). A partir dessa década, um grande número de restaurantes e outros estabelecimentos do setor de alimentação foram instalados para atender à nova demanda de visitantes, tornando-se hoje um grande atrativo da cidade.

O próximo gráfico apresenta os percentuais de proprietários que acumulam a função de *chefs* em seus estabelecimentos, portanto, únicos responsáveis em assinar o cardápio; os que coassinam o cardápio juntamente com *chefs* ou cozinheiros contratados; e aqueles que não assinam o cardápio, contratando um *chef* ou cozinheiro como responsável para fazê-lo.

GRÁFICO 7 - Proprietários que assinam, coassinam ou não assinam os cardápios de seus estabelecimentos

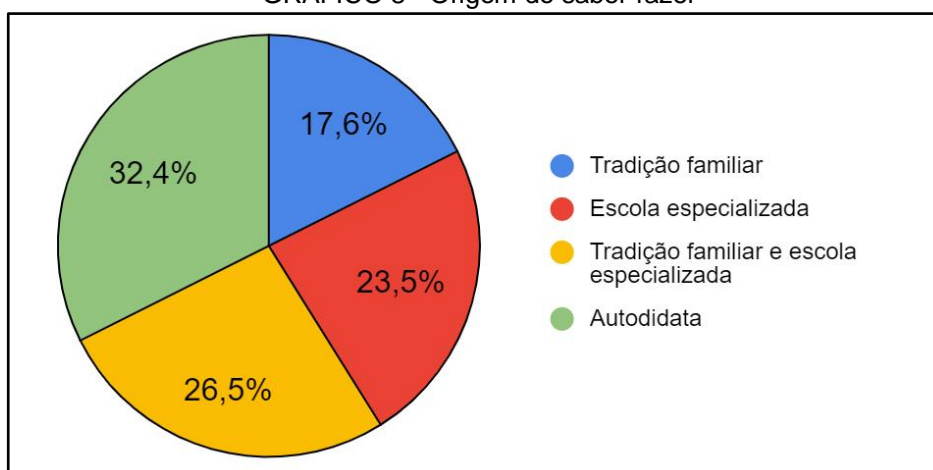


Fonte: Elaborado pela autora.

Os proprietários que acumulam a função de *chef* do estabelecimento, assinando seus cardápios, representam 55,6%; já 38,9% coassinam com o *chef* ou cozinheiro contratado; e 5,5%, equivalentes a 3 respondentes, não assinam o cardápio, deixando toda a responsabilidade a cargo do *chef* ou cozinheiro contratado.

Do grupo de proprietários que assinam ou coassinam os cardápios, representado por 34 participantes, a apropriação do saber-fazer ocorreu, predominantemente, como autodidata.

GRÁFICO 8 - Origem do saber-fazer



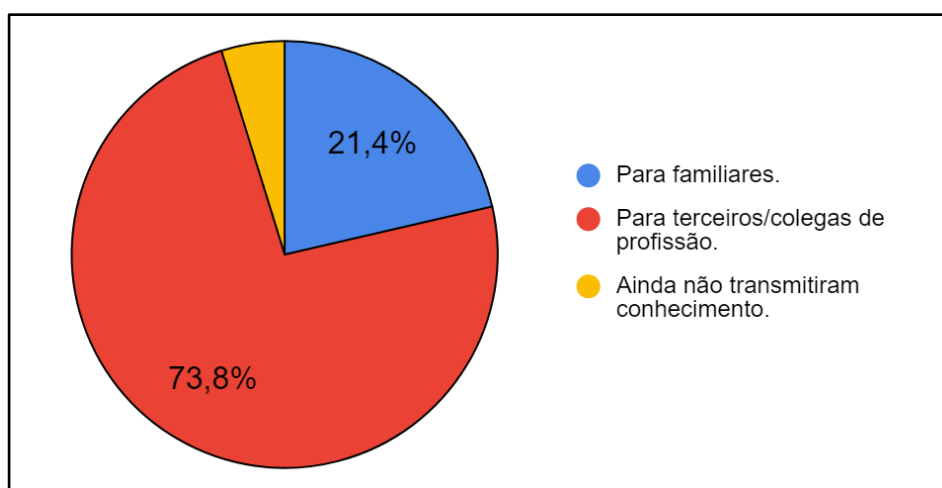
Fonte: Elaborada pela autora.

O conhecimento adquirido como autodidata, sem a formação em escola especializada e sem a participação de ente familiar, representa 32,4% dos respondentes. A combinação de aprendizado em família e em escola especializada

foi de 26,5%; já 23,5% foram instruídos por escola especializada e apenas 17,6% por tradição familiar.

No que tange à transmissão do saber-fazer existente no segmento em estudo, ela tem ocorrido, na grande maioria, a colegas de profissão, como outros prestadores de serviços de maior afinidade e colaboradores que atuam nas equipes dos empreendimentos.

GRÁFICO 9 - Transmissão do conhecimento (do saber-fazer)



Fonte: Elaborado pela autora.

De acordo com o gráfico, 73,8% praticam a transferência do saber-fazer a terceiros não pertencentes ao núcleo familiar. Esses resultados se assemelham aos encontrados por Matos (2019), segundo os quais a transmissão do conhecimento se faz, também, para não familiares, graças à proximidade e aos elos construídos com terceiros ao longo do tempo. Segundo a autora, na França, é comum produtores que não possuem descendentes para manter o conhecimento no núcleo familiar transmitirem seus saberes a funcionários, mantendo vivas as práticas do local. Esse tipo de transmissão pode ocorrer à base de um simples acordo com aqueles que são mais próximos ou amigos, sem a formalização dessa transferência do saber-fazer, ou através de contratos, devidamente formalizados, com atores de menor ou nenhuma proximidade.

A transmissão do saber-fazer também ocorre entre os entes familiares, representada em 21,4%, sendo essa a forma mais comum encontrada em outras comunidades tradicionais. Já 4,8% declararam ainda não terem transmitido os seus conhecimentos gastronômicos.

Conforme a relação de publicações do Apêndice D que apontam evidências de certa notoriedade dos serviços gastronômicos tiradentinos, é perceptível que a cozinha mineira ainda é atrativo marcante na cidade, com a oferta de pratos tradicionais, como o bambá-de-couve, as carnes com ora-pro-nóbis, frango caipira com quiabo, além dos doces de abóbora e de outras frutas de quintal, difíceis de serem encontrados em outros estabelecimentos das cidades da região. Utensílios e equipamentos para o preparo das refeições, tipicamente mineiros e que também integram o patrimônio cultural, ainda estão presentes no sistema produtivo, onde são utilizados o fogão à lenha, as panelas de pedra-sabão e de barro e o tacho de alça, também conhecido como tacho de cobre, utensílio secular de uso doméstico para o preparo de doces tradicionais. Há, também, restaurantes e casas de chá que servem café preparado em coador de pano, à mesa do cliente, trazendo experiências sensoriais típicas de uma cidade do interior mineiro.

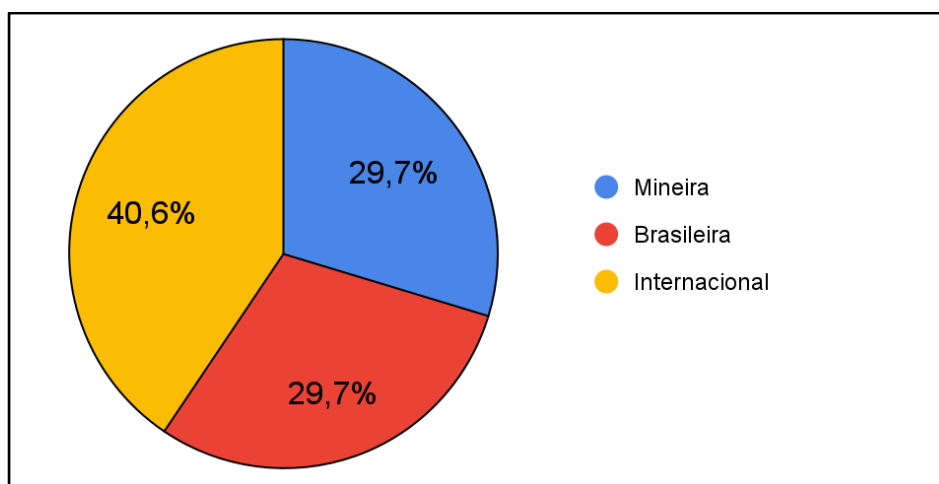
Gimene e Moraes (2012) assinalam que as culinárias típicas regionais vêm, nos últimos tempos, ganhando destaque em diversos roteiros turísticos, como também em pesquisas acadêmicas, nas quais são estudadas as sociedades e as sociabilidades através da alimentação tradicional. Isso ocorre porque os conhecimentos culinários regionais cumprem uma função identitária em relação ao povo a que pertencem, podendo, inclusive, serem usados como uma marca para exploração turística de muitas cidades e regiões. Muitos são os livros gastronômicos, os festivais tradicionais e outras expressões do homem que têm como foco uma determinada culinária “de raiz”.

Nesse sentido, em 2015, foi elaborado o Projeto de Lei nº 2.761, cujo conteúdo declarava a gastronomia mineira como patrimônio histórico-cultural de Minas Gerais (MINAS GERAIS, 2020). O PL foi convertido na Lei nº 22.458, em 23/12/2016. Também em 2018, foi criado o Plano Estadual da Gastronomia Mineira, que prevê ações em diversas áreas, como o desenvolvimento de políticas públicas, a revisão das estratégias traçadas e o acompanhamento das suas implementações. O plano é conduzido de forma multidimensional e interdisciplinar, buscando a integração e o fortalecimento de toda a cadeia produtiva, trabalhando as searas sociais, culturais e turísticas relacionadas a esse ecossistema. O estado foi o primeiro no país a desenvolver o tema da gastronomia regional como política pública (MINAS GERAIS, 2022).

Porém, mesmo diante desse movimento de resgate das cozinhas “de raiz”, as tradicionais receitas regionais vêm dividindo a atenção dos apreciadores de gastronomia com as culinárias contemporâneas. Ao mesmo tempo que essa dinâmica enfraquece o domínio da comida típica local, ela também a coloca numa posição de destaque, quando pensada como algo que está se tornando incomum, que não se encontra com tamanha facilidade como era há algumas décadas. Nesse sentido, a culinária local passa a ser um atrativo turístico de relevância e com ares de “raridade”, ao lado de comidas de perfil “globalizado” (GIMENE; MORAIS, 2012).

A cidade de Tiradentes ainda traz um exemplar da tradicional culinária mineira, muito apreciada por visitantes de várias partes do país e que vem resistindo ao tempo com suas receitas seculares. Mas, desde a década de 90, ela convive em um mesmo espaço com as culinárias internacional e contemporânea, esta última representada pelas releituras da alta gastronomia e cozinhas de fusão.

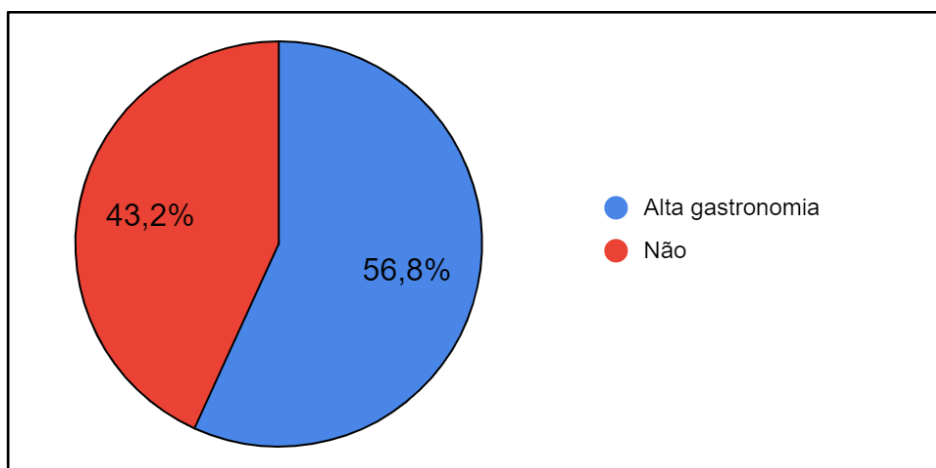
GRÁFICO 10 - Tipos de cozinhas comercializadas em Tiradentes



Fonte: Elaborado pela autora.

É notável o percentual majoritário de estabelecimentos que trabalham a cozinha internacional, equivalente a 40,6%, seguida da cozinha brasileira, com 29,7%, e da cozinha mineira, com 29,7%. Assim como a brasileira, a culinária mineira é minoritária no segmento tiradentino, por isso é tão importante a implementação de políticas públicas para busca da preservação desse patrimônio imaterial na localidade.

GRÁFICO 11 - Percentual de cozinhas de alta gastronomia

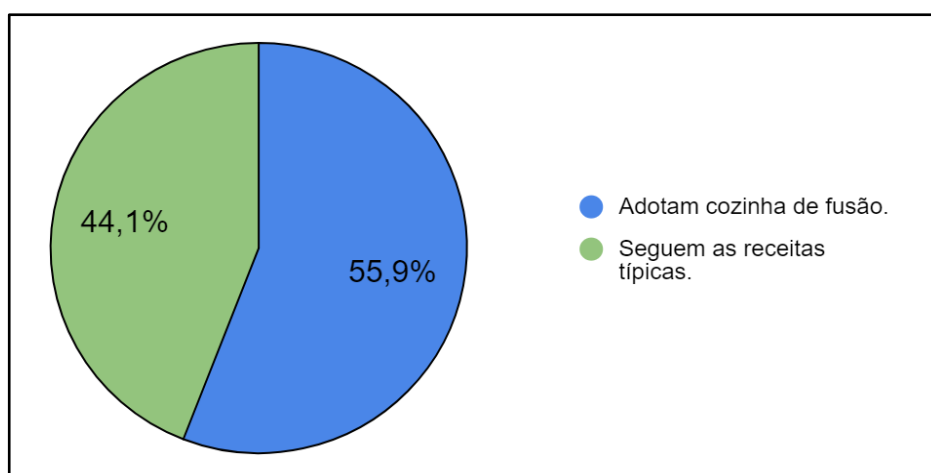


Fonte: Elaborado pela autora.

A alta gastronomia também é predominante no segmento tiradentino, o que atrai um público mais exigente. Segundo Zaneti (2012), esse é o estilo de cozinha em que se busca a perfeição no ambiente e na elaboração dos pratos, em que há grande preocupação com a estética da iguaria, servida em porção individual, remetendo-se à sociedade pós-moderna, de cultura individualista. O preparo da refeição se dá de maneira mais complexa e trabalhosa.

Em Tiradentes, o modelo de negócio de alta gastronomia é majoritário, com 56,8% dos respondentes, enquanto 43,2% não adotam essa proposta.

GRÁFICO 12 - Percentual de cozinhas de fusão



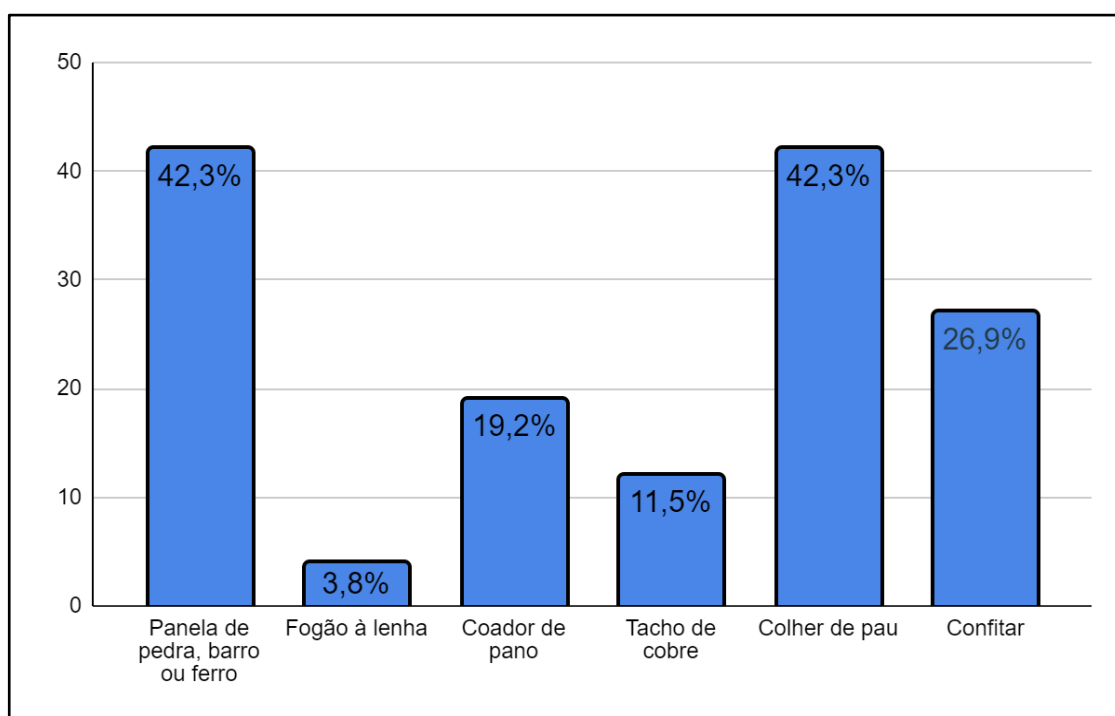
Fonte: Elaborado pela autora.

Com relação à cozinha de fusão, 55,9% declararam trabalhar seus cardápios com essa proposta, e 44,1% permanecem com as receitas tradicionais.

Também chamada de *fusion cuisine* e *fusion food*, trata-se de um estilo culinário a partir da junção de ingredientes e técnicas de culturas e tradições distintas, buscando saciar o interesse de comensais pelo novo, incomum, que chame a atenção pelo seu ineditismo (SPENCE, 2018).

Do universo de respondentes que declararam trabalhar em seus cardápios cozinhas alheias à clássica mineira, na ordem de 26 empreendimentos, ou seja, 70,3%, foram levantados os percentuais de uso de utensílios de cozinha e técnicas de preparo típicos da gastronomia do estado.

GRÁFICO 13 - Tradições mineiras utilizadas em estabelecimentos de cozinhas brasileira, de tradições internacionais, de alta gastronomia ou de fusão



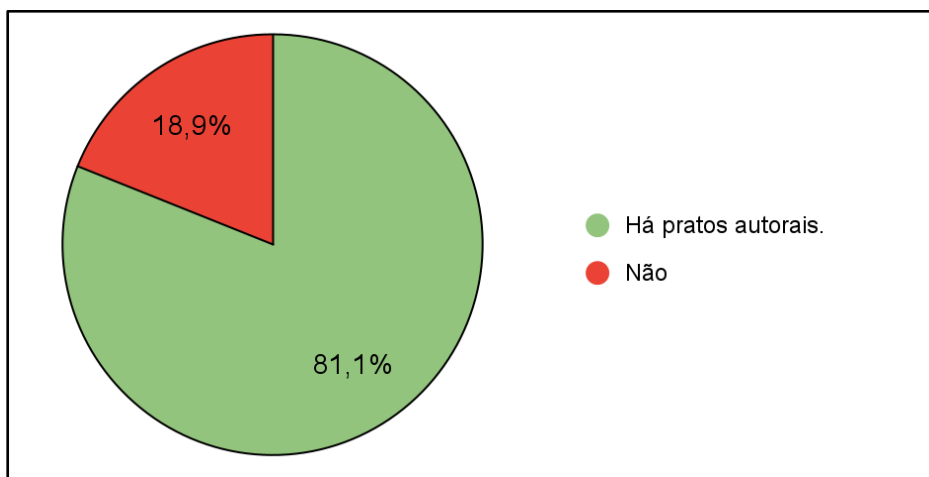
Fonte: Elaborado pela autora.

O gráfico mostra o hibridismo de tradições culinárias de diferentes regiões brasileiras e de tradições de outros países com a culinária mineira, que se manifesta também no uso de técnicas, utensílios e modos de preparo tipicamente mineiros. As panelas de pedra, barro ou ferro e a colher de pau são usadas por 42,3% dos respondentes, seguidas da técnica de confitar (cozinhar e armazenar alimento em gordura animal), com 26,9%, coador de pano utilizado por 19,2%, tacho de cobre por 11,5% e fogão à lenha por 3,8%. Essas adaptações de insumos e técnicas culinárias locais contribuem para manter viva a tradição mineira, pois fazem com que ela esteja

presente, inclusive, nos estabelecimentos de cozinha diversa, valorizando a cultura e a história locais. A questão de logística também é facilitada com essas adaptações, pois traz agilidade nas aquisições dos insumos, o que não ocorre se os fornecedores estiverem distantes.

Há uma forte tendência de os empreendimentos do sistema produtivo investirem na elaboração de pratos exclusivos “da casa”, oferecendo outras experiências gastronômicas, que vão além do convencional, objetivando atender a um público exigente e diversificado. Segundo Ramos (2022), os pratos autorais são criações culinárias de *chefs* que sugerem a característica de originalidade e, portanto, podendo ser comparadas a obras artísticas, valorizando o universo gastronômico.

GRÁFICO 14 - Percentual de estabelecimentos que oferecem “pratos autorais”

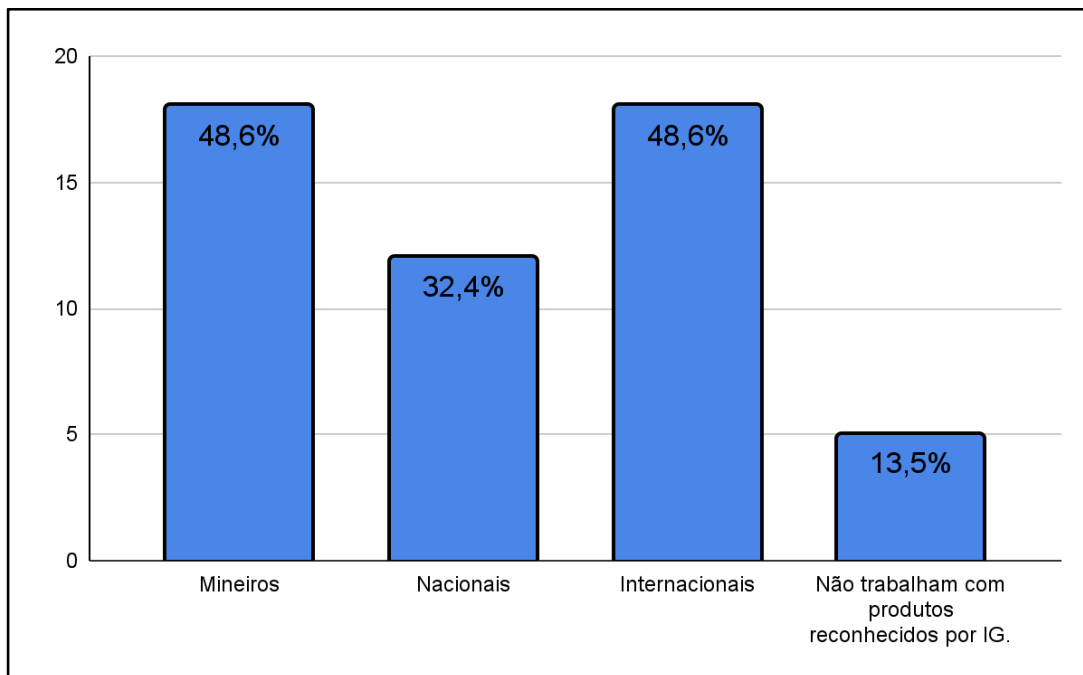


Fonte: Elaborado pela autora.

Dos participantes na pesquisa, 81,1% declararam ter pratos autorais no cardápio, enquanto 18,9% não trabalham com pratos “da casa”.

A utilização, por parte dos restaurantes e demais estabelecimentos similares de produtos reconhecidos por IG também é significativa, o que denota qualidade e diferenciação dos serviços, tendo em vista que a IG agrega valor aos produtos com selos distintivos.

GRÁFICO 15 - Percentuais de estabelecimentos que utilizam em seus cardápios produtos reconhecidos por IG

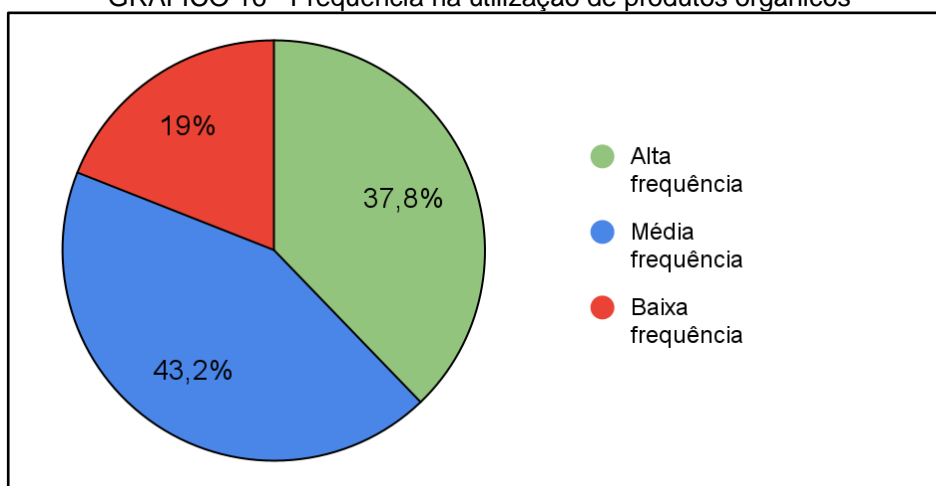


Fonte: Elaborado pela autora.

As IGs mais utilizadas são as mineiras e as internacionais, em 18 estabelecimentos, na ordem de 48,6%; em seguida, as nacionais, em 12 estabelecimentos, representadas por 32,4%. Somente 5 estabelecimentos, equivalentes a 13,5% da amostragem, afirmaram não trabalhar com produtos de IG.

Os estabelecimentos também buscam valorizar os pequenos produtores agroalimentares locais e de regiões próximas a Tiradentes que adotam sistemas orgânicos. A Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003, que disciplina a agricultura orgânica e dá outras providências, traz, em seu art. 2º, a definição de produto orgânico: “Considera-se produto da agricultura orgânica ou produto orgânico, seja ele in natura ou processado, aquele obtido em sistema orgânico de produção agropecuário ou oriundo de processo extrativista sustentável e não prejudicial ao ecossistema local” (BRASIL, 2003).

GRÁFICO 16 - Frequência na utilização de produtos orgânicos

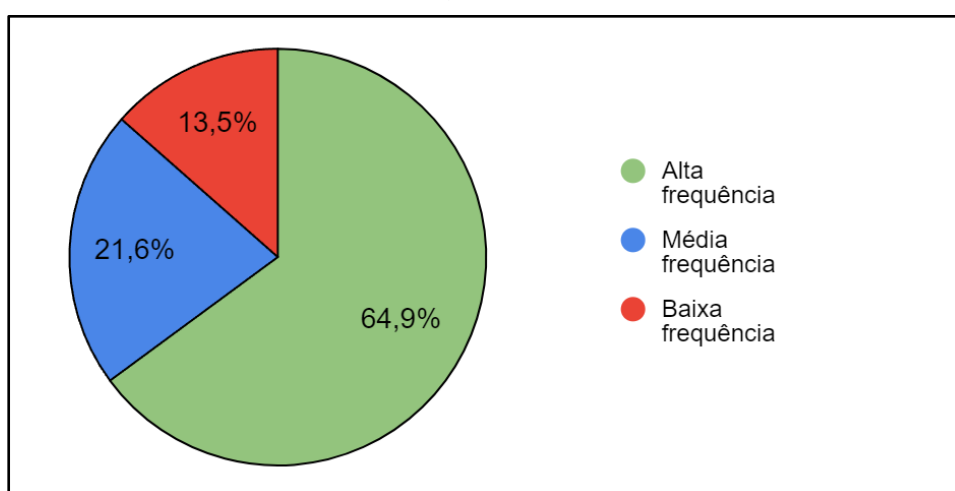


Fonte: Elaborado pela autora.

Cerca de 37,8% utilizam produtos orgânicos com alta frequência. A oferta desse tipo de alimento na região pode ser insuficiente para atender às demandas locais e turísticas, diariamente, representando um obstáculo, pois a produção orgânica é mais lenta, o que pode contribuir para a não constância no uso por parte dos outros 62,2% dos respondentes.

Quanto à frequência no uso de produtos artesanais agroalimentares, o número é mais expressivo.

GRÁFICO 17 - Frequência na utilização de produtos artesanais agroalimentares



Fonte: Elaborado pela autora.

O produto alimentar artesanal pode ser definido como:

[...] aquele produzido seguindo a adoção de boas práticas agropecuárias e de fabricação, a partir de matérias-primas de origem e qualidade sanitária reconhecidas, elaborado em escala restrita, a partir de processamento

manual, com possibilidade de mecanização parcial dos processos, seus manipuladores devem ter domínio e conhecimento da totalidade do processo de produção, podendo ter variabilidade nas características organolépticas dos produtos, com uso restrito de aditivos alimentares e não adoção de aditivos cosméticos (DOMIT; CRUZ, 2019).

O número de estabelecimentos que utilizam as produções artesanais local e regional, constantemente, é de 64,9%; já 21,6% utilizam com média frequência e 13,5%, esporadicamente.

Essa simbiose apresentada nos dois últimos gráficos do setor de serviços com os produtores locais foi um dos argumentos utilizados no dossiê da cidade para candidatura à Rede de Cidades Criativas da Unesco pela Gastronomia (TIRADENTES, 2017). Nesse documento, é informado que o sistema produtivo participa do movimento *Slow Food* que, segundo a definição do próprio movimento, é aquele no qual se levanta a bandeira em defesa do direito à alimentação pautada em produtos orgânicos, artesanais, que respeitem o meio ambiente, os produtores e os consumidores (SLOW FOOD BRASIL, 2021). É com essa filosofia que o segmento gastronômico mantém vasos comunicantes com a agricultura familiar local. Também consta no dossiê que Tiradentes foi a primeira cidade mineira a adotar em seus restaurantes e similares a cozinha com viés na agricultura familiar, fortalecendo a cadeia produtiva local.

A inclinação para o uso e promoção de produtos reconhecidos por indicação geográfica, orgânicos e artesanais, certamente, aumenta a transmissão de confiança aos consumidores, conscientizando-os das vantagens que esses produtos possuem em comparação aos similares da concorrência, ao mesmo tempo que agregam valor ao trabalho dos produtores e aos cardápios dos estabelecimentos, gerando diferenciação dos serviços no mercado e ganhos compartilhados coletivamente na cadeia produtiva.

No que tange à apresentação e composição dos ambientes, com elementos que proporcionam experiências sensoriais que fogem do comum encontrado na concorrência, os respondentes utilizam as seguintes estratégias de diferenciação nos serviços.

TABELA 2 - Estratégias de diferenciação dos serviços gastronômicos de Tiradentes/MG

Experiência sensorial oferecida no estabelecimento, além do cardápio	Nº de respondentes
Decoração temática	23
Aroma para ambiente	5
Cozinha aberta	21
Visita à horta/granja própria do estabelecimento	5
Música ambiente/ao vivo/mecânica	22
Apresentação de histórias da tradição/tema do estabelecimento	1
Jardim	1
Visual dos pratos	1
Ambientes diversificados à escolha do cliente	1
Café coado à mesa	1
Não utilizam nenhuma outra experiência sensorial	2

Fonte: Elaborada pela autora.

Os diferenciais mais utilizados pelos prestadores de serviços para despertar a atenção dos clientes foram: a decoração temática, presente em 23 estabelecimentos, e a música ambiente ao vivo ou mecânica, em 22 estabelecimentos. Cozinhas abertas ao público – que consistem nos preparos dos pratos à vista do cliente – estão em 21 estabelecimentos; seguidas de aromas para ambiente e visita à horta e/ou granja próprias em 5 estabelecimentos; além de jardim, contos de histórias tradicionais dos donos “da casa”, estética dos pratos e ambientes distintos à escolha do cliente, que estão presentes em pelo menos 1 empreendimento. Apenas 2 prestadores de serviços não utilizam nenhum diferencial para agradar os consumidores.

Além de insumos de qualidade na composição dos cardápios, a utilização de outras estratégias que despertam novas experiências sensoriais que fujam do comum, buscando superar a expectativa do cliente e fidelizá-lo, é relevante para que a avaliação do estabelecimento seja positiva.

A partir dos resultados apresentados nesta seção, relacionados às características do segmento de serviços de gastronomia e com base na literatura utilizada neste estudo sobre a temática de IG, em especial, a aplicabilidade dessa

proteção sobre territórios protegidos em função de determinado centro de prestação de serviços, são pertinentes algumas considerações.

No que tange à premissa de Rocha Filho (2009) da inadequação de se proteger “serviços” através da IG, pelo fato de eles não possuírem vínculo com seus territórios de origem, podendo, facilmente, serem transferidos para outras localidades, o que justificaria a não proteção, depreende-se, numa reanálise, que tal percepção não se sustenta. Limitando a discussão à espécie IP, parte dos objetivos deste estudo, pode-se inferir que determinados produtos já reconhecidos por essa modalidade também apresentam certa fragilidade com o vínculo territorial, por serem passíveis de um processo migratório que os desloquem do local de origem e passem a ser reproduzidos em outras localidades.

A título de ilustração, pode-se mencionar a IP Franca, produtora de calçados, pertencente ao setor da indústria (INPI, 2012). Seus produtos fizeram com que o município se tornasse referência no país graças à alta qualidade fabril. Na hipótese de algum produtor do polo, detentor do saber-fazer, migrar para outra localidade e nela implementar seus conhecimentos da arte de fabricar calçados, com a mesma técnica que utilizava em Franca, configuraria o rompimento do vínculo do produto com o referido território de origem. Sendo assim, esse possível rompimento em função de um processo migratório do produtor (e do seu saber-fazer) não é característico apenas quando se trata de serviços. Conclui-se, portanto, que tal setor econômico possui legitimidade para proteção por IP, desde que atendido o critério de notoriedade em seu meio geográfico original.

Outro debate que permeia a seara das IGs é a concepção de parte da academia de que a norma brasileira instiga a proteção por IP de produto ou serviço que não esteja inserido em um contexto tradicional, isto é, que não seja oriundo de um saber-fazer local repassado por gerações, uma vez que não traz tal condição como uma exigência expressamente prevista em seu texto (BRUCH *et al.*, 2014; LOCATELLI; 2016). Tendo a legislação adotado como condicionante para uma IP apenas a exigência de notoriedade, inferindo uma renúncia à existência de tradição local/regional, isso pode contribuir para reconhecimentos de IP pautados apenas em ações de *marketing* que trarão fama a um produto ou serviço em um curto espaço de tempo (LOCATELLI, 2016). Portanto, a tradição é importante para a constituição de IP (BRUCH; VITROLLES; LOCATELLI, 2014; LOCATELLI, 2016; MATOS, 2019).

Inclusive, como já mencionado, Matos (2019) assinala que são necessários aproximadamente 25 anos para se formar uma tradição, conforme entendimento da FAO. Um contraponto a esse juízo é representado pela IP Porto Digital.

Albino e Carls (2015) chamam a atenção para o referido APL que teve suas atividades iniciadas no ano 2000 e o reconhecimento pelo INPI em 2012, ou seja, com apenas 12 anos de existência do arranjo, tempo insuficiente para se tornar tradicional. Há séculos, enquanto o Brasil era colônia, a área protegida atualmente por essa IP tinha como principal atividade econômica a produção de açúcar. Hoje, a mesma área abriga serviços de TIC, portanto, não havendo vínculo histórico e tradicional da atual atividade econômica com a que existiu no passado. Ainda, as autoras reforçam que a IG tem como um de seus desdobramentos a salvaguarda da história e cultura de determinado território, mantendo-as vivas como patrimônio intangível, a ser usufruído por outras gerações, mesmo que a globalização venha de encontro às práticas tradicionais.

Mas esse desencontro da atual atividade econômica do Porto Digital com a história de seu território, em função do seu pouco tempo de existência, não foi um entrave para a concessão do reconhecimento, pois foram cumpridos os critérios legais de notoriedade, associativismo, demarcação da área geográfica e outros previstos no arcabouço normativo em vigor naquela ocasião. Além do mais, e não objetivando estender o debate além da IP neste estudo, faz-se pertinente apontar que, para o reconhecimento de DO, a LPI também não exige existência de tradição, haja vista o reconhecimento do Norte de Minas como território produtor do mel de aroeira (INPI, 2022b). Em sua ficha técnica, são mencionados o saber-fazer e as características edafoclimáticas da região que interferem no produto, não informando elementos tradicionais do APL na sua relação com a área geográfica.

Trazendo essas considerações para o estudo de caso do sistema produtivo de Tiradentes, compreende-se que tal território poderá, se atendidos os critérios legais já apresentados, ser reconhecido como uma IP, mesmo sendo um setor de serviços e com atividades ainda recentes, em torno de 25 anos, denotando uma jovem tradição.

A cidade apresenta viés para a cozinha diversificada e artística, que busca oferecer ineditismo ao seu público, sendo citada como cidade gastronômica que "atende a todos os gostos", conforme publicações elencadas no Apêndice D. Em coexistência, as cozinhas mineira, brasileira, internacional, em suas versões clássicas

e contemporâneas, despertam o interesse de turistas que buscam experiências sensoriais inusitadas, que não se limitam ao paladar, revelando os reflexos da globalização no modo de se alimentar da sociedade. Para Benemann e Menasche (2017), processos tradicionais são usados no desenvolvimento de novos sabores e estéticas, combinando os universos da tradição e da inovação, oferecendo diferentes contextos culinários a seus consumidores. Daí a compreensão de que, para se criar, é inevitável uma ruptura, mesmo que parcial, com os saberes típicos regionais.

Sob a égide da LPI e de acordo com consulta realizada pelo canal Fale Conosco do INPI, para fins de reconhecimento de uma IP, o polo gastronômico deverá comprovar sua notoriedade, independentemente dos tipos de culinárias existentes ou predominantes, sendo, portanto, admitido um centro de serviços de culinárias de origens distintas. O elemento “conhecido”, previsto no artigo 177 da LPI, é que determina se há ou não um potencial de IP. O Manual de Indicações Geográficas também reforça que a comprovação de notoriedade seja de que “[...] o local se tornou conhecido pelo serviço prestado, e não pelo produto eventualmente relacionado a esse serviço” (INPI, 2023, p. 12). A partir das publicações encontradas sobre o segmento, elencadas no Apêndice D, observa-se que há menções tanto dos serviços em sentido amplo, como de pratos e culinárias comercializados por esses serviços. Tais referências aos produtos oriundos desses serviços podem ser um complicador no momento de análise pelo INPI de um futuro pedido de reconhecimento, dada a grande diversidade de pratos, refeições e culinárias existentes no polo e a obrigatoriedade de descrição desses “produtos” no Caderno de Especificações Técnicas, o que seria extremamente trabalhoso e complexo.

Portanto, depreende-se desta pesquisa que há elementos favoráveis e outros desfavoráveis para o reconhecimento de IP de serviços da cidade de Tiradentes.

QUADRO 2 - Elementos favoráveis e desfavoráveis à IP de serviços

ELEMENTOS FAVORÁVEIS	ELEMENTOS DESFAVORÁVEIS
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Notoriedade em ascensão; ➤ Busca contínua pela qualidade, o que contribui para a reputação e notoriedade; ➤ Tradição não é fundamental para uma IP (art. 177/LPI); ➤ Área geográfica delimitável. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Necessidade de mais fontes comprobatórias de notoriedade; ➤ Baixa adesão de prestadores de serviços à associação atual; ➤ Fontes de notoriedade com menções aos serviços, mas também aos produtos desses serviços (os diversos pratos, refeições e culinárias).

Fonte: Elaborado pela autora.

Entretanto, num futuro próximo, ou mesmo longínquo, se a comunidade do segmento de serviços aumentar o aporte de elementos comprobatórios de notoriedade e consolidar o seu associativismo, poderá requerer o reconhecimento de IP, seja para serviços ou mesmo para produtos, a depender do objeto que se apresente, efetivamente, notório.

Para o atual cenário do segmento, independentemente de apresentar potencial de IG, é possível trabalhar uma marca coletiva. Conforme Souza, Góes e Locatelli (2017), as marcas coletivas, assim como as IGs, também são signos distintivos, com a função de distinguir produtos ou serviços no contexto mercadológico, orientando o público consumidor no momento de decisão de compra. Ainda, os mesmos autores apontam o impacto positivo que as marcas de titularidade coletiva podem proporcionar em uma localidade ou região, como a organização dos produtores e o acesso a novos mercados, podendo também certificar qualidades singulares dos seus associados, gerando maior confiança nos consumidores.

Características relevantes do sistema produtivo podem ser ressaltadas com a implementação de uma marca coletiva, com o intuito de reafirmar esses diferenciais no mercado regional.

QUADRO 3 - Diferenciais do polo gastronômico de Tiradentes em comparação aos serviços similares da região

Pluralidade de cozinhas, oferecendo cardápios que vão da clássica cozinha mineira à contemporânea e internacional;
Diversidade de insumos empregados nos cardápios, do originado da agricultura familiar local ao produto internacional reconhecido por IG;
Uso de produtos artesanais e orgânicos, em simbiose com o movimento <i>Slow Food</i> ;
Caráter criativo (autoral);
Oferta de outras experiências sensoriais além do paladar, como decorações temáticas e cozinhas abertas ao público.

Fonte: Elaborado pela autora.

Com a adoção de uma marca coletiva, os consumidores se sentem mais seguros em adquirir serviços que seguem determinados critérios de qualidade para atendimento a um público mais exigente.

Entretanto, qualquer que seja o objetivo almejado, IG ou MC, faz-se importante a transformação do atual sistema produtivo em APL, com estrutura apropriada para sustentar um signo de diferenciação no mercado consumidor.

4.4 FESTIVAL INTERNACIONAL DE CULTURA E GASTRONOMIA DE TIRADENTES/MG

Tradicionalmente, no mês de agosto, é celebrado o Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Tiradentes, que reúne profissionais de várias regiões do Brasil e também de outros países, como Portugal, Itália, Espanha e França. Diferentes culturas e saberes se encontram pela cidade em busca de intercâmbio de conhecimentos, técnicas e inovações, que resultam em pratos diferenciados, formando um grande espetáculo para apreciação dos participantes do evento (FURTADO, 2015).

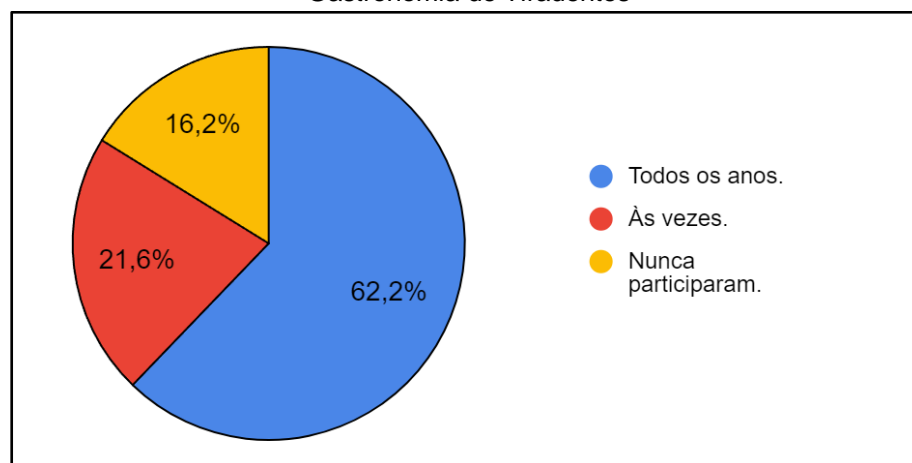
Atividades interessantes compõem o festival, como palestras educativas, com enfoque na educação nutricional, mitigação de desperdício de insumos e melhor aproveitamento nutricional de partes de alimentos geralmente descartados. Há também, no festival, lançamento de livros culinários, com suas receitas e dicas, jantares especiais preparados por renomados *chefs*, *tour* gastronômico pelos restaurantes da cidade, além da oferta de arte e música durante todo o evento. Sua

1ª edição ocorreu em 1998 e, atualmente, é considerado um dos maiores eventos do segmento gastronômico no país (FURTADO, 2015).

Em outubro de 2017, a Secretaria de Estado de Cultura e Turismo de Minas Gerais lançou o Mapa Gastronômico de Minas Gerais, indicando os festivais existentes nos circuitos turísticos do estado. O Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Tiradentes está presente no guia, compondo o circuito da Trilha dos Inconfidentes, juntamente com as cidades de Alfredo Vasconcelos, Antônio Carlos, Lagoa Dourada, Carrancas, Coronel Xavier Chaves e São João del-Rei, que também possuem eventos no setor alimentício. O Festival de Tiradentes faz-se notório, com a presença de milhares de turistas oriundos de diversas regiões do Brasil e de outros países. Foi um dos primeiros festivais gastronômicos realizados no estado, sendo de grande valia na promoção e no desenvolvimento da cadeia gastronômica mineira no cenário nacional, pois reúne produtos, produtores, indústria, mercados, profissionais e apreciadores da boa cozinha (MINAS GERAIS, 2017).

O gráfico a seguir revela o nível de participação dos estabelecimentos de gastronomia da cidade no festival.

GRÁFICO 18 - Participação dos estabelecimentos locais no Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Tiradentes



Fonte: Elaborado pela autora.

Os estabelecimentos assíduos na participação do festival são de 62,2%, enquanto 21,6% têm participação esporádica e 16,2% nunca participaram. Aumentar a captação de empreendedores da cidade para participarem do evento parece conveniente, tendo em vista que o setor de gastronomia já é considerado uma marca identitária local.

CAPÍTULO 5 - PROJETO RENOVAR DE TIRADENTES/MG

O presente estudo de caso da autora foi incorporado ao projeto municipal Renovar, lançado em fevereiro de 2022 (TIRADENTES, 2022), através de um relatório técnico de notoriedade que teve como objetivo contribuir na busca pelo reposicionamento da cidade no mercado turístico, tendo como pilar para a atratividade de visitantes, o segmento de serviços gastronômicos. Portanto, cogita-se uma futura implementação do modelo Triângulo de Sábado, tendo em vista que os prestadores de serviços serão convidados a participarem efetivamente da implementação de um signo distintivo, reforçando a identidade do polo e suas singularidades no mercado, como seu apelo à pluralidade de tradições, à cozinha criativa e à qualidade dos insumos empregados.

Segundo Sábado e Botana (1968), a coligação dos vértices universidade, governo e empresas visa incentivar inovações para a busca do desenvolvimento econômico em países da América Latina. Portanto, a aliança entre o modelo governo-universidade-empresa e a implementação de uma marca coletiva para distinguir os serviços prestados pelo aglomerado empresarial será uma ação inédita, já que na região ainda não há instrumento coletivo dessa natureza. Reflexos positivos poderão ocorrer no contexto turístico, aumentando a demanda por visitas e trazendo ganhos à cadeia produtiva e à região.

CAPÍTULO 6 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Foram apresentados, neste estudo, uma síntese da história das indicações geográficas no contexto internacional e brasileiro e as principais legislações implementadas ao longo do tempo, na busca de proteção e diferenciação de produtos e serviços em função de suas origens. Abordaram-se os possíveis desdobramentos que a IG pode trazer a um território, os quais podem ser positivos e abrangentes a todos os atores locais e regionais, ou mesmo terem caráter excludente, não reverberando nas positivities a que ela se propõe de maneira democrática. O tipo de estratégia usada para a implementação do signo distintivo e os objetivos de desenvolvimento adotados pelos partícipes são definidores do sucesso desse instrumento de proteção no meio geográfico.

Foi apresentada a IG de serviço, prevista na LPI e em algumas legislações de outros países. Mesmo sendo incomum e polêmica, ela traz mais uma oportunidade de proteção e distinção a esse importante setor econômico.

Também foi abordada a definição de marca coletiva, outro sinal distintivo de propriedade industrial, e o seu propósito de identificar produtos ou serviços provenientes de uma determinada entidade, o que a diferencia da IG, que informa como origem uma específica área geográfica.

Buscaram-se as evidências de notoriedade do segmento de serviços gastronômicos de Tiradentes/MG, através de publicações científicas, de mídia e de percepções de usuários registradas na plataforma de viagens Tripadvisor, sobre suas experiências enquanto consumidores de tais serviços. Depreende-se que a cidade já possui uma razoável notoriedade regional em função do segmento estudado. Quanto ao aspecto qualitativo, foram encontradas publicações veiculadas por importantes canais de comunicação, parte deles de abrangência nacional, revelando certo grau de reconhecimento. Porém, ainda carece de maior quantitativo de fontes comprobatórias para a busca de um possível reconhecimento de IP.

Um complicador que pode surgir numa futura solicitação desse tipo de reconhecimento, com base nas fontes comprobatórias de notoriedade, é o objeto que, efetivamente, traz notoriedade à Tiradentes: o serviço, em sentido amplo, aqui entendido como o conjunto de experiências oferecido pelo estabelecimento de alimentação, ou apenas o produto principal comercializado por ele, ou seja, os pratos

ou as culinárias, em sentido estrito. Caso a notoriedade incida no segundo caso, estaria configurado o pedido de proteção de produto.

Quanto à atual condição de associativismo dos empreendedores, nota-se a desconexão de parte deles, pois a adesão é baixa. Prova disto é o segmento da cidade ainda não ser reconhecido como um APL pelo Observatório Brasileiro de Arranjos Produtivos Locais do governo federal. A ausência de governança efetiva do setor e a dispersão de objetivos dos envolvidos são obstáculos a serem superados. É importante promover o direcionamento de esforços e ações para estabelecer um APL na cidade, com estrutura adequada para avançar rumo à obtenção de um signo distintivo.

No que tange à delimitação da área geográfica, outro requisito legal, é possível realizá-la, pois as menções do nome “Tiradentes” nas publicações encontradas, em função da existência do sistema produtivo, deixam claro em qual território incide a notoriedade, ainda que esta seja incipiente para se buscar uma IP.

Para enriquecimento da pesquisa, foram apresentadas as origens da cidade de Tiradentes e da culinária mineira, em pleno ciclo do ouro, entre o final do século XVII e início do século XVIII, além da importância histórico-cultural de ambas que perdura há séculos. Foi abordado o restabelecimento da economia na cidade, através da exploração do turismo, a partir da década de 80, graças à preservação dos elementos histórico-culturais genuínos do território. E, ao final da década de 90, a chegada de empreendedores forâneos para atuação nas atividades turísticas, sendo uma delas o segmento de serviços gastronômicos, que se desenvolveu consideravelmente. Mesmo ainda recente, com cerca de 25 anos de atividades, tal sistema produtivo já é um dos pilares da economia local, gerador de emprego e renda, um dos grandes responsáveis pelo fluxo turístico no município.

A cozinha mineira, um dos bens imateriais mais representativos do estado, tem dividido espaço com as cozinhas contemporânea e internacional, apresentando-se como minoria, um preço que a cidade paga para ser considerada aquela que atende a todos os paladares. Essa predominante diversidade culinária gera um certo distanciamento entre o segmento de serviços e o patrimônio histórico-cultural do território, assemelhando-se ao caso dos serviços de TIC do Porto Digital, atividades substancialmente diferentes das que foram praticadas no passado daquela região. Entretanto, essa pluralidade de serviços gastronômicos em Tiradentes é a razão pela

qual a cidade tem se tornado notória nesse segmento, oferecendo um leque de experiências sensoriais, não raras vezes surpreendentes, propiciando uma considerável exploração turística, o que justificou a realização deste estudo.

O elemento tradição, seja em relação aos serviços prestados, ou aos produtos deles advindos, não é fator determinante para um reconhecimento de IP. Práticas recentes no mercado, que não carregam consigo fortes elementos histórico-culturais, podem auferir fama e reputação em um menor espaço de tempo, devido à globalização e às redes sociais do mundo virtual.

Considerando que a notoriedade do município, em função dos serviços gastronômicos, não foi efetivamente confirmada, pois ainda carece de robustez quanto à numerosidade de fontes que mencionem o nome geográfico, associando-o ao segmento, pode-se cogitar a implementação de uma marca coletiva para os empreendimentos do setor. Sendo também um signo distintivo de natureza coletiva, tem o propósito de identificar uma associação de empresas que segue determinado Regulamento de Utilização, reforçando seus diferenciais de mercado, não sendo necessária a comprovação de notoriedade e nem de vínculo geográfico para que se proceda com seu registro no INPI.

A MC poderá trazer um incremento ao sistema produtivo, reforçando sua notoriedade e reputação e aumentando o alcance de novos públicos consumidores de turismo gastronômico, a partir da comunicação, através do sinal distintivo, de critérios de qualidade e diferenciação de mercado usados pela entidade. Para estudos futuros, foi elaborado um modelo de Regulamento de Utilização, apresentado no Apêndice C, com vistas a contribuir para uma possível implementação de MC.

Com os resultados aqui apresentados, expecta-se que a comunidade acadêmica e demais interessados possam se valer desta pesquisa e gerar novos estudos no desenvolvimento da temática de IGs, nos mais variados e ricos territórios do Brasil.

REFERÊNCIAS

ALBINO, J. S.; CARLS, S. Indicações Geográficas de serviços: polêmicas do Porto Digital. **Cadernos de Prospecção**, v. 8, p. 587-594, 2015.

ANDRADE, Victor Luiz Pereira de; CANAVEZ, Luciana Lopes. Descaracterizando a função social dos signos distintivos coletivos: uma análise da primeira indicação geográfica de serviços. **Revista de Estudos Jurídicos UNESP**, Franca, ano 21, n. 33, p. 329-359. jan./jun. 2017. Disponível em: <https://ojs.franca.unesp.br/index.php/estudosjuridicosunesp/article/view/2948>. Acesso em: 11 jun. 2021.

ARAUJO, R. M.; GOMES, F. P. Pesquisa quanti-qualitativa em administração: uma visão holística do objeto em estudo. **Rumos**, João Pessoa, v. 1, n. 2, p. 149-161, 2004.

ASSOCIAÇÃO EMPRESARIAL DE TIRADENTES. **A origem do Festival Cultura e Gastronomia em Tiradentes**. 2016. Disponível em: <https://guiaassettiradentes.wordpress.com/2016/07/23/a-origem-do-festival-cultura-e-gastronomia-tiradentes/>. Acesso em: 01 ago. 2021.

BARBOSA, Denis Borges. **Uma introdução à propriedade intelectual**. [S.]: Lumen Juris, 2010. Disponível em: https://www.dbba.com.br/wp-content/uploads/introducao_pi.pdf. Acesso em: 23 maio 2021.

BARBOSA, P. M. S.; CAMPOS, A. T. Uso e registro conjunto de marcas e indicações geográficas: (in) conveniências? **Desenvolvimento Regional em debate**, v. 9, ed. esp. 2, p. 69-99, dez. 2019.

BARBOSA, P. M. S.; VALENTE, M. E. R. Considerações sobre sinais distintivos de uso coletivo: indicações geográficas, marcas coletivas e a possibilidade de valorização de uma coletividade. **Incaper em Revista**, v. 11, p. 61-78, 2021.

BENEMANN, Nicole Weber; MENASCHE, Renata. Pitadas sobre tradição e inovação na cozinha contemporânea: por uma antropologia do cozinhar. **Estudos Sociedade e Agricultura**, v. 25, p. 477-496, 2017. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/pgdr/publicacoes/producaotextual/renata-menasche/benemann-nicole-weber-menasche-renata-pitadas-sobre-tradicao-e-inovacao-na-cozinha-contemporanea-por-uma-antropologia-do-cozinhar-estudos-sociedade-e-agricultura-v-25-p-477-496-2017>. Acesso em: 27 jul. 2021.

BOAVENTURA, Maria José (Org.). **O gosto da memória: receitas através de gerações**. Tiradentes, Minas Gerais: Instituto Histórico e Geográfico de Tiradentes IHGT, 2013. 112 p.

BRASIL. Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, 15 maio de 1996. Seção 1, p. 8353. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm. Acesso em: 12 maio 2021.

BRASIL. **Lei nº 10.831, de 23 de dezembro de 2003**. Dispõe sobre a agricultura orgânica e dá outras providências. Brasília, 2003. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/2003/l10.831.htm. Acesso em: 25 maio 2022.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Apresentação do Manual de Indicações Geográficas**. Produção do Instituto Nacional de Propriedade Industrial. YouTube: Canal Escola Nacional de Gestão Agropecuária, 2021b. Vídeo (2h, 13min e 59seg). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1fV3xbB6VZg>. Acesso em: 09 maio 2021.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **O que é Indicação Geográfica? Como obter o registro?** 2017a. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/o-que-e-indicacao-geografica-ig>. Acesso em: 03 mar. 2021.

BRASIL. Ministério da Economia. **Conceito de Arranjo Produtivo Local - APL**. Brasília, 2017b. Disponível em: <https://www.gov.br/empresas-e-negocios/pt-br/observatorioapl>. Acesso em: 14 mar. 2023.

BRASIL. Secretaria de Inovação, Desenvolvimento Rural e Irrigação. **Manual técnico: procedimentos para delimitação de área de indicações geográficas e emissão de instrumento oficial**. 2. ed. Brasília: Mapa/AECS, 2021a. 16 p.

BRONDANI, Paula; LOCATELLI, Liliana. A proteção jurídica das indicações geográficas como instrumento de desenvolvimento. **Vivências**, n. 6, p. 51-57, 2008. Disponível em: http://www2.reitoria.uri.br/~vivencias/Numero_006/artigos/artigos_vivencias_06/artigo_008.htm. Acesso em: 5 maio 2021.

BRUCH, K. L. Indicações geográficas para o Brasil: problemas e perspectivas. *In*: PIMENTEL, Luiz Otávio; BOFF, Salete Oro; DEL'OLMO, Florisbal de Souza. (Org.). **Propriedade intelectual: gestão do conhecimento, inovação tecnológica no agronegócio e cidadania**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2008.

BRUCH, K. L. **Signos distintivos de origem: entre o velho e o novo mundo vitivinícolas**. 2011. Tese (Doutorado em Direito) - Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.

BRUCH, K. L. *et al.* Indicações Geográficas e Outros Signos Distintivos: aspectos legais. *In*: BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**. Módulo II: Indicação geográfica. 4. ed., 2014. p. 62-97. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/livro-curso-de-propriedade-intelecual-inovacao-no-agronegocio-modulo-ii-indicacao-geografica.pdf/view>. Acesso em: 23 maio 2021.

BRUCH, K. L.; KRETSCHMANN, A. A compreensão da indicação geográfica como um signo distintivo de origem. *In*: MEZZARROBA, Orides *et al.* (Org.). **Propriedade Intelectual**. Curitiba: Clássica, 2014, v. 32. p. 12-36.

BRUCH, Kelly Lissandra; BARBOSA, Patrícia Maria da Silva. Evolução histórica e perspectivas das indicações geográficas brasileiras. *In: Eficiência energética, inovação e propriedade intelectual*. Florianópolis: FUNJAB, 2013. v. 500. p. 325-354. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/289354674_Evolucao_historica_e_perspectivas_das_indicacoes_geograficas_brasileiras. Acesso em: 22 maio 2021.

BRUCH, K. L.; VITROLLES, D.; LOCATELLI, L. Estudo de Caso: IP Vale dos Vinhedos, IP Paraty e IP Vale do Submédio São Francisco. *In: PIMENTEL, L. O. (Org.). Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio*. 4. ed. Florianópolis, SC: FUNJAB, 2014. Módulo II – Indicação Geográfica. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. p. 296-319. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/livro-curso-de-propriedade-intelecual-inovacao-no-agronegocio-modulo-ii-indicacao-geografica.pdf/view>. Acesso em: 29 maio 2021.

CADORI, Aluizia Aparecida *et al.* **Curso de propriedade intelectual & inovação no agronegócio**. Módulo II: Indicação geográfica. 4. ed., 2014. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/livro-curso-de-propriedade-intelecual-inovacao-no-agronegocio-modulo-ii-indicacao-geografica.pdf/view>. Acesso em: 23 maio 2021.

CALDAS, Alcides dos Santos; ARAÚJO, Cristiano Cassiano de; COURY, Rafael de Lira Mansur. As indicações geográficas (igs) como estratégia de desenvolvimento territorial: desafios e potencialidades no distrito de Maragogipinho, Aratuípe, BA. **Revista de Desenvolvimento Econômico Regional e Urbano**, Salvador, 2017. Disponível em: <https://revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/view/5032>. Acesso em: 6 jan. 2021.

CAMPOS, Helcio Ribeiro. **Transformações urbanas recentes em Tiradentes - MG: anos 80 e 90 do Século XX**. 2006. Dissertação (Mestrado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

CAMURÇA, Marcelo Ayres; GIOVANNINI JÚNIOR, O. Religião, Patrimônio Histórico e Turismo na Semana Santa em Tiradentes - MG. *In: REUNIÃO DE ANTROPOLOGIA DO MERCOSUL*, 5., 2003, Florianópolis. **Programas e Resumos**. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2003. p. 01-344. Disponível em: <https://repositorio.ufjf.br/jspui/handle/ufjf/9127>. Acesso em: 03 abr. 2021.

CERDAN, Claire Marie Thuillier *et al.* Indicação geográfica de produtos agropecuários: importância histórica e atual. *In: PIMENTEL, L. O. (Org.). Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio*. 4. ed. Florianópolis, SC: FUNJAB, 2014. Módulo II – Indicação Geográfica. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. p. 32-53. Disponível em: <http://www.agricultura.gov.br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/livro-curso-de-propriedade-intelecual-inovacao-no-agronegocio-modulo-ii-indicacao-geografica.pdf>. Acesso em: 25 maio 2021.

CHIMENTO, M. R.; VIEIRA, E. S. F. M.; MOREIRA, G. R. O encontro da tradição com a inovação: a Indicação Geográfica Vale dos Vinhedos em dois momentos. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 12, n. 1, p. 197-219, jan.-abr./2016. Disponível em: <https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/2127>. Acesso em: 14 fev. 2023.

DATASEBRAE. **Panorama das IGs Brasileiras Registradas**. Brasília, 2023. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/indicacoesgeograficas/>. Acesso em: 14 fev. 2023.

DOMIT, A. L.; CRUZ, F. T. **Produtos agroalimentares artesanais brasileiros: situação atual e potencial de valorização**. Embrapa, 2019. Disponível em: <https://www.embrapa.br/documents/44800246/47366122/Produtos+agroalimentares+situa%C3%A7%C3%A3o+atual/55bf9d89-96f2-b443-4822-5a888be3ffb1>. Acesso em: 25 jun. 2022.

DULLIUS, P. R. **Indicações geográficas e desenvolvimento territorial: as experiências do Rio Grande do Sul**. 2009. 148 f. Dissertação (Mestrado em Extensão Rural) - Universidade de Santa Maria, Santa Maria, 2009.

DUPIM, Luiz Claudio. **Indicações geográficas e desenvolvimento local: estudo exploratório e comparativo das indicações geográficas Vale dos Vinhedos, Região do Cerrado Mineiro e Paraty**. 2015. Tese (Doutorado em Políticas Públicas) - Instituto de Economia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

FONSÊCA, Aurélio Ricardo Ribeiro. **Indicação geográfica como recurso estratégico: reputação e julgamento de marca do Porto Digital - Recife, PE**. São Cristóvão, 2015. 57 f.: il.

FRANÇA, Everaldo de; VIGNA, Joselita P. A importância da delimitação geográfica para impulsionar negócios inovadores com notoriedade e reputação regional. *In*: VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto *et al.* (Org.). **Indicações Geográficas, Signos Coletivos e Desenvolvimento Local Regional**. Erechim: Deviant, 2019. v. 2, p. 299 - 318.

FRIEIRO, E. **Feijão, angu e couve: ensaio sobre a comida dos mineiros**. 2. ed. ver. aum. Belo Horizonte: Itatiaia, 1982. 227p. (Coleção Reconquista do Brasil; 72).

FRONZAGLIA, Thomaz; SALLES FILHO, S. L. M.; RAYNAUD, E. A indicação geográfica sob a ótica da evolução das instituições. *In*: VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto *et al.* (Org.). **Indicações Geográficas, Signos Coletivos e Desenvolvimento Local Regional**. Erechim: Deviant, 2019, v. 2. p. 13-37.

FURTADO, Silvana. Campo gastronômico: Festival de Cultura e Gastronomia de Tiradentes/Minas Gerais. *In*: ANPTUR, 2015, Natal/Rio Grande do Norte. **Anais...**, Natal, 2015. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/39.pdf>. Acesso em: 18 ago. 2021.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. Disponível em: <https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2021.

GIMENE, M. H. S. G.; MORAIS, Luciana Patrícia de. Os lugares da tradição e da inovação na culinária regional. **Ateliê Geográfico**, Goiânia, v. 6, n. 3, p. 148–162, 2012. Disponível em: revistas.ufg.br/atelie/article/view/21064. Acesso em: 30 mar. 2021.

GREGÓRIO, Gabriela Macedo. **O caso da primeira indicação geográfica de serviço**: um estudo sobre o Porto Digital de Recife/PE. 2015. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Territorial e Políticas Públicas) - Instituto de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica - RJ, 2015.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades**. 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/mg/tiradentes/panorama>. Acesso em: 25 jun. 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. CNAE. **Concla**. IBGE, 2020. Disponível em: <https://concla.ibge.gov.br/index.php>. Acesso em: 15 abr. 2021.

INSTITUTO DOS VINHOS DO DOURO E DO PORTO, I. P. - IVDP, IP. **Apresentação**. 2020. Disponível em: <https://www.ivdp.pt/pt/institucional/o-ivdp/apresentacao/>. Acesso em: 10 fev. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL - INPI. **Fale conosco**. [mensagem pessoal]. Recebida por: <http://faleconosco.inpi.gov.br/faleconosco/> Acesso em: 05 maio 2021.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL - INPI. **Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica do Café Região do Cerrado Mineiro**. Brasília, 2005. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/fichas-tecnicas-de-indicacoes-geograficas/RegiodoCerradoMineiroIP.pdf>. Acesso em: 06 jun. 2021.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI. **Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica dos calçados de Franca**. Brasília, 2012. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/fichas-tecnicas-de-indicacoes-geograficas/Franca.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI. **Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica do Mel de Aroeira do Norte de Minas**. Brasília, 2022b. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/fichas-tecnicas-de-indicacoes-geograficas/NortedeMinas.pdf>. Acesso em: 05 mar. 2023.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI. **Ficha Técnica de Registro de Indicação Geográfica – Porto Digital**. Brasília, 2021a. Disponível em: <https://www.gov.br/inpi/pt-br/servicos/indicacoes-geograficas/arquivos/fichas-tecnicas-de-indicacoes-geograficas/PortoDigital.pdf>. Acesso em: 17 jun. 2021.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI. **Manual de Indicações Geográficas reconhecidas pelo INPI**. Brasília, 2021b. Disponível em: <https://manualdeig.inpi.gov.br/projects/manual-de-indicacoes-geograficas/wiki>. Acesso em: 19 mar. 2021.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI. **Manual de Indicações Geográficas reconhecidas pelo INPI**. 1. ed. 2 rev. Brasília, 2023. Disponível em: [http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual-de-indicacoes-geograficas/wiki#:~:text=Em%2012%20de%20janeiro%20de,2%C2%AA%20revis%C3%A3o\)%20no%20formato%20PDF](http://manualdemarcas.inpi.gov.br/projects/manual-de-indicacoes-geograficas/wiki#:~:text=Em%2012%20de%20janeiro%20de,2%C2%AA%20revis%C3%A3o)%20no%20formato%20PDF). Acesso em: 03 mar. 2022.

INSTITUTO NACIONAL DE PROPRIEDADE INDUSTRIAL – INPI. **Portaria/INPI/PR nº 4, de 12 de janeiro de 2022**. Brasília, 2022a. Disponível em: <https://www.in.gov.br/en/web/dou/-/portaria/inpi/pr-n-4-de-12-de-janeiro-de-2022-375778644>. Acesso em: 03 mar. 2022.

KAKUTA, Suzana Maria *et al.* **Indicações geográficas: guia de respostas**. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2006. Disponível em: [http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7B4FAF1836BF6DBE832575CF0072CEC7/\\$File/NT00040FE2.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/7B4FAF1836BF6DBE832575CF0072CEC7/$File/NT00040FE2.pdf). Acesso em: 16 maio 2021.

KOZINETS, Robert V. **Netnografia: realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

LEME, Paulo Henrique Montagnana Vicente; AGUIAR, Bruno Henrique; REZENDE, Daniel Carvalho de. A convergência estratégica em Arranjos Produtivos Locais: uma análise sobre a cooperação entre atores em rede em duas regiões cafeeiras. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 57, p. 145-160, 2019. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/resr/a/kQGDYhfQXrJk9dnmzkq5BsP/?lang=pt#>. Acesso em: 16 mar. 2023.

LOCATELLI, Liliana. O Processo de Consolidação das Indicações Geográficas no Brasil: lacunas e omissões da lei n. 9.279/1996. **Cadernos de Prospecção**, Salvador, Bahia, v. 9, n. 1, p. 52-158, 2016. DOI 0.9771/S.CPROSP.2016.009.017. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/13497>. Acesso em: 5 maio 2021.

LOPES, Fernando Augusto Silva; SILVA, Tiago Vieira da. Documentário: imaginário colonial de Minas Gerais. **Avanca Cinema Journal**, Portugal, 14 out. 2020. Cinema - Arte, Disponível em: <https://publication.avanca.org/index.php/avancacinema/article/view/105/193>. Acesso em: 5 jul. 2021.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARIE-VIVIEN, Delphine. **Le droit des indications géographiques en Inde: un pays de l'ancien monde face aux droits français, communautaire et international**. 2010, 612p. Thèse (Doctorat en Droit et Sciences Sociales) – EHESS, Paris, 2010.

MARINS, Maíra Freixinho; CABRAL, Danièle H. Quaranta. O papel da indicação geográfica como propulsor da inovação e do desenvolvimento local: caso Vale dos Vinhedos. **Cadernos de Prospecção**, v. 8, p. 406-414, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/nit/article/view/11493>. Acesso em: 31 jul. 2021.

MASCARENHAS, G.; WILKINSON, J. Indicações geográficas em países em desenvolvimento. Potencialidades e desafios. **Revista de Política Agrícola**, v. 23, p. 103-115, 2014.

MATOS, Lígia Aparecida Inhan. **O que é tradição?** YouTube: Canal Maestria, 2019. Animação (5min e 26seg). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bgjLL3FwqLE>. Acesso em: 10 dez. 2020.

MATOS, L. A. I.; LA ROVERE, R. L. As diferentes interpretações dos conceitos de indicações geográficas por instituições brasileiras. **DRd – Desenvolvimento Regional em debate**, v. 7, n. 1, p. 4-24, maio 2017.

MERCOSUL. Conselho do Mercado Comum. **Protocolo de harmonização de normas sobre propriedade intelectual no Mercosul, em matéria de marcas, indicações de procedência e denominações de origem**. Assunção, 1995. Disponível em: <https://normas.mercosur.int/public/normativas/1907>. Acesso em: 03 mar. 2023.

MINAS GERAIS. Assembleia Legislativa do Estado de Minas Gerais. **Plano estadual pode alavancar gastronomia mineira**. Belo Horizonte, 2020. Disponível em: https://www.almg.gov.br/acompanhe/noticias/arquivos/2020/10/16_comissao_turismo_audiencia_plano_gastronomia.html. Acesso em: 15 maio 2021.

MINAS GERAIS. Instituto Estadual do Patrimônio Histórico e Artístico. **Selo Cozinha Mineira é lançado pela Secretaria de Estado de Cultura e Turismo na cidade de Tiradentes**. Belo Horizonte, 2022. Disponível em: <http://www.iepha.mg.gov.br/index.php/noticias-menu/687-selo-cozinha-mineira-e-lancado-pela-secretaria-de-estado-de-cultura-e-turismo-na-cidade-de-tiradentes#:~:text=Al%C3%A9m%20da%20obten%C3%A7%C3%A3o%20do%20selo,levantamento%20dos%20meios%20de%20hospedagem%2C>. Acesso em: 16 abr. 2022.

MINAS GERAIS. **Mapa Gastronômico de Minas Gerais**. Belo Horizonte, 2017. Disponível em: <http://www.minasgerais.com.br/maisgastronomia/wp-content/themes/gastronomia/pdf/mapa-gastronomico.pdf>. Acesso em: 05 jan. 2021.

MINAS GERAIS. Secretaria de Estado de Cultura e Turismo. **Pimentel anuncia candidatura de BH e Tiradentes à Rede de Cidades Criativas da Unesco**. Belo

Horizonte, 2017. Disponível em: <https://www.secult.mg.gov.br/noticias-artigos/4729-pimentel-prestigia-vencedores-de-concurso-do-queijo-artesanal-e-anuncia-candidatura-de-bh-e-tiradentes-a-rede-de-cidades-criativas-da-unesco>. Acesso em: 11 ago. 2021.

MÜLLER, D.; HALLAL, D. R.; RAMOS, M. D. G. G. **O despertar do turismo no Brasil: a década de 1970**. Book of Proceedings vol. I – International Conference on Tourism & Management Studies, [s. l.], 2011.

NEVES, Rodrigo. **História e turismo: a “mercadorização” do “patrimônio histórico” e a elitização da área central de Tiradentes, Minas Gerais (1980-2012)**. 2013. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal de São João del-Rei, São João del-Rei, 2013.

NIEDERLE, P. A. Desenvolvimento, instituições e mercados agroalimentares: os usos das Indicações Geográficas. **DRd - Desenvolvimento Regional em Debate**, v. 4, n. 2, p. 21–43, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.24302/drd.v4i2.670>. Acesso em: 18 mar. 2022.

NIEDERLE, P. A.; MASCARENHAS, G. C. C.; WILKINSON, J. Governança e institucionalização das indicações geográficas no Brasil. **RESR**, p. 85-102, 2017.

O'CONNOR, B. **Geographical indications and TRIPs: 10 Years Later...A roadmap for EU GI holders to get protection in other WTO Members**. European Lawyers Insight Consulting, 2008. 22 p.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO DE MINAS GERAIS - OTMG. **Painel de economia formal das atividades tipicamente e parcialmente turísticas em Minas Gerais de acordo com a RAIS**. 2023. Disponível em: <https://www.observatorioturismo.mg.gov.br/?p=5318>. Acesso em: 19 mar. 2021.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. **Rede de Cidades Criativas**, 2022. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/creative-cities-map>. Acesso em: 18 mar. 2022.

PARANHOS, R. *et al.* Uma introdução aos métodos mistos. **Sociologia**, v. 18, n. 42, p. 384-411, 2016. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/soc/v18n42/1517-4522-soc-18-42-00384.pdf>. Acesso em: 01 maio 2021.

PAULA, K. A.; MIGUEL, E. N.; FREITAS, W. J. S. A cidade patrimonial e turística. **Revista de Morfologia Urbana**, v. 8, p. 00137, 2020. Disponível em: <http://revistademorfologiaurbana.org/index.php/rmu/article/view/137>. Acesso em: 03 abr. 2021.

PELLEGRINI FILHO, Américo. **Turismo cultural em Tiradentes: estudo de metodologia aplicada**. São Paulo: Manole, 2000.

PORTO DIGITAL. **O que é o Porto Digital**. 2021. Disponível em: <https://www.portodigital.org/parque/o-que-e-o-porto-digital>. Acesso em: 15 mar. 2021.

RAMOS, Anne Felinto. **O prato vira tela: as implicações de produções gastronômicas como arte para ter sua originalidade protegida pelo Direito Autoral Brasileiro**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Direito) - Departamento de Direito, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2022.

ROCHA FILHO, Sylvio do Amaral. **Indicações Geográficas: A proteção do patrimônio cultural brasileiro na sua diversidade**. 2009. Tese (Doutorado) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2009..

SÁBATO, Jorge; BOTANA, Natalio. La ciencia y la tecnología en el desarrollo futuro de América Latina. **Revista de Integración**, Buenos Aires, n. 3, 1968.

SANTOS, Thiago de Sousa; PEREIRA, Raquel da Silva. O turismo como impulsionador do desenvolvimento regional: análise no Campo das Vertentes (MG), Brasil. **EURE**, Santiago, jan. 2020. Disponível em: [SANTOS, Wellington Gomes dos Santos. **Análise da colaboração das indicações geográficas e das marcas coletivas agropecuárias brasileiras na construção de mercados de qualidade**. 2021. Dissertação \(Mestrado em Meio Ambiente e Desenvolvimento Rural\) — Universidade de Brasília, Brasília, 2021.](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612020000100113&lng=en&nrm=iso#:~:text=A%20gest%C3%A3o%20sist%C3%AAmica%20do%20turismo,prefeitos%20no%20ctti,%20na%20atualidade. Acesso em: 14 mar. 2021.</p>
</div>
<div data-bbox=)

SCHIAVONE, Elena. **Saberes, migraciones y nombres de los alimentos: Los genéricos y las denominaciones de origen**. 2010. Disponível em: <https://ageconsearch.umn.edu/record/95232/>. Acesso em: 16 mar. 2021.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO À MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE. **Indicações Geográficas Brasileiras**, 2016. Disponível em: [SIEDENBERG, D. R.; THAINES, A. H.; BAGGIO, D. K. Desenvolvimento regional sob a ótica do reconhecimento da indicação geográfica: o case do Vale dos Vinhedos, a partir da percepção dos atores sociais. **Gestão & Regionalidade**, v. 33, p. 04-20, 2017. Disponível em: \[https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_gestao/article/view/2771\]\(https://seer.uscs.edu.br/index.php/revista_gestao/article/view/2771\). Acesso em: 14 mar. 2023.](https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/sebraeaz/indicacoes-geograficas-brasileiras,8a47d106b5562510VgnVCM1000004c00210aRCRD#:~:text=As%20Indica%C3%A7%C3%B5es%20Geogr%C3%A1ficas%20(IGs)%20s%C3%A3o,proteger%20a%20regi%C3%A3o%20produtora. Acesso em: 03 mar. 2021.</p>
</div>
<div data-bbox=)

SILVA, Aparecido Lima da *et al.* Delimitação geográfica da área: homem, história e natureza. *In*: PIMENTEL, L. O. (Org.). **Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio**. 4. ed. Florianópolis, SC: FUNJAB, 2014. Módulo II – Indicação Geográfica. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. p. 134-145. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/sustentabilidade/indicacao-geografica/arquivos-publicacoes-ig/livro-curso-de-propriedade-intelecual-inovacao-no-agronegocio-modulo-ii-indicacao->

geografica.pdf/view. Acesso em: 29 maio 2021.

SILVA, Camila Monaro; MENEZES FILHO, Naercio Aquino; KOMATSU, Bruno Kawaoka. Uma Abordagem sobre o Setor de Serviços na Economia Brasileira. **Insper - Centro de Políticas Públicas**, São Paulo, n. 19, p. 1-34, 1 ago. 2016. Disponível em: <https://www.insper.edu.br/wp-content/uploads/2018/09/Abordagem-sobre-Setor-Servicos-Economia-Brasileira.pdf>. Acesso em: 22 set. 2021.

SLOW FOOD BRASIL. **Movimento Slow Food**. 2021. Disponível em: <https://slowfoodbrasil.org.br/movimento/>. Acesso em: 14 fev. 2022.

SOUSA, H.; MENDONÇA, F. M.; SILVA, G. M. Território Turístico de Tiradentes: limites e possibilidades da atividade a partir do planejamento e de políticas públicas. *In*: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS REGIONAIS E URBANOS, 18., 2020, Curitiba. **[Trabalho submetido]**, Curitiba: ENABER, 2020. Disponível em: <https://brsa.org.br/wp-content/uploads/wpcf7-submissions/1605/Territ%C3%B3rio-Tur%C3%ADstico-de-Tiradentes.pdf>. Acesso em: 05 abr. 2021.

SOUZA, Karine de; GOES, José Henrique de; LOCATELLI, Liliana. Marcas coletivas e indicações geográficas: similaridades e potenciais impactos no desenvolvimento. *In*: VIEIRA, Adriana Carvalho Pinto; ZILLI, Júlio Cesar; BRUCH, Kelly Lissandra (Org.). **Propriedade intelectual, desenvolvimento e inovação**: ambiente institucional e organizações. Criciúma: EDIUNESC, 2017. p. 339-359. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.18616/pidi16>. Acesso em: 25 dez. 2021.

SPENCE, Charles. Alimentos de fusão contemporâneos: como devem ser definidos e quando são bem-sucedidos/fracassados? **Int. J. Gastronomia. Comida. ciência**, n. 13, p. 101-107, 2018.

TIRADENTES. **Documento de apresentação da cidade de Tiradentes para candidatura à Rede de Cidades Criativas da Unesco pela Gastronomia**, 2017.

TIRADENTES. **Tiradentes quer saber a sua opinião** - análise das expectativas dos visitantes em relação ao destino Tiradentes/MG, 2020.

TIRADENTES. **Secretaria Municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer de Tiradentes**. 2021. Disponível em: <https://www.tiradentes.mg.gov.br/pagina/3846/Turismo,%20Cultura,%20Esporte%20e%20lazer>. Acesso em: 11 jan. 2021.

TIRADENTES. Secretaria Municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer. **Projeto Renovar**. Tiradentes, 2022. Disponível em: <https://www.tiradentes.mg.gov.br/noticia/39330>. Acesso em: 16 abr. 2022.

TRIPADVISOR. **Melhores Restaurantes**: Tiradentes, MG. 2023. Disponível em: https://www.tripadvisor.com.br/Restaurants-g737098-Tiradentes_State_of_Minas_Gerais.html. Acesso em: 10 jan. 2023.

TRIPS. **Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights**

(TRIPS). 1994. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/legislacao-1/27-trips-portugues1.pdf>. Acesso em: 15 maio 2021.

UNCTAD-ICTSD. **Geographical Indications A Review of Proposals at the TRIPS Council**: Extending Article 23 to Products other than Wines and Spirits, Project on IPRs and Sustainable Development. Crans-Gevrier, France, 2003.

URUGUAY. **Ley 17.011**. Dictanse normas relativas a las marcas. Bruxelas: WIPO, 1998a. Disponível em: http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=177870. Acesso em: 24 abr. 2021.

URUGUAY. **Ley 17.052**. Apruebase el protocolo de armonizacion de normas sobre propiedad intelectual en el mercosur, en materia de marcas, indicaciones de procedencia y denominaciones de origen. Bruxelas: WIPO, 1998b. Disponível em: http://www.wipo.int/wipolex/en/text.jsp?file_id=196028. Acesso em: 05 maio 2021.

VELLOSO, Carolina Quiumento *et al.* Identificação dos produtos potenciais e organização dos produtores. *In*: PIMENTEL, L. O. (Org.). **Curso de propriedade intelectual e inovação no agronegócio**. 4. ed. Florianópolis, SC: FUNJAB, 2014. Módulo II – Indicação Geográfica. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. p. 98-117.

VERAS, G. L. *et al.* As indicações geográficas como um diferencial competitivo no Brasil: Análise do sistema jurídico nacional sob a perspectiva da law and economics. **Pensamento Jurídico e Relações Sociais**, Ponta Grossa, p. 108-118, 2020. DOI10.22533/at.ed.84820130711. Disponível em: <https://www.atenaeditora.com.br/post-artigo/36544>. Acesso em: 17 dez. 2020.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso**: Planejamento e Métodos. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. 205 p. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1cLtrvfxCPN6H9QI_Yclv2ZGeUuRtpv_a/view. Acesso em: 2 jan. 2021.

ZANETI, T. **Das panelas das nossas avós aos restaurantes de alta gastronomia**: os processos sociais de valorização de produtos agroalimentares tradicionais. 2012. Dissertação (Mestrado em Agronegócio) – Universidade de Brasília, 2012.

APÊNDICE A - Pesquisa junto aos empreendimentos gastronômicos

1 - Qual a sua cidade de origem?

2 - Você é:

- a) Proprietário e chef.
- b) Apenas proprietário, não assina o cardápio, deixa a cargo do chef ou cozinheiro.
- c) Proprietário e participa da elaboração do cardápio junto ao chef ou cozinheiro.

3 - Possui filial ou sucursal fora da cidade de Tiradentes - MG?

- a) Sim
- b) Não

4 - Seu estabelecimento é de alta gastronomia?

- a) Sim
- b) Não

5 - Seu estabelecimento trabalha com cozinha

- a) Mineira
- b) Brasileira
- c) Internacional

6 - Seu estabelecimento oferece prato (s) ou iguaria (s) de cozinha de fusão (fusion cuisine)?

- a) Sim
- b) Não, sigo somente receitas tradicionais.

7 - O seu conhecimento em gastronomia (o saber-fazer) foi adquirido de qual (is) forma (s)?

- a) Tradição familiar
- b) Escola especializada
- c) Tradição familiar e escola especializada
- d) Autodidata

8 - Você transfere ou transferiu seu conhecimento em gastronomia (o saber-fazer) para alguém? (Poderá marcar mais de uma opção.)

- a) Sim, para familiares.
- b) Sim, para terceiros e/ou colegas de profissão.
- c) Não transmiti conhecimento ainda.

9 - Existe (m) prato (s) ou iguaria (s) no seu cardápio que seja (m) de sua criação (autoria)?

- a) Sim
- b) Não

10 - Qual (is) tradição (ões) mineira (s) a seguir você utiliza no seu estabelecimento? (Poderá marcar mais de uma opção.)

- a) Panela de pedra, barro ou ferro
- b) Fogão à lenha
- c) Coador de pano
- d) Tacho de cobre
- e) Colher de pau
- f) Cocção e armazenagem em gordura animal (confitar)

11 - Qual experiência sensorial, além do paladar, você utiliza em seu estabelecimento para agradar ao cliente? (Poderá marcar mais de uma opção.)

- a) Decoração temática
- b) Aroma para ambiente
- c) Cozinha aberta
- d) Visita à horta/granja própria do estabelecimento
- e) Música ambiente ao vivo ou mecânica
- f) Apresentação de histórias da tradição/tema do estabelecimento
- g) Jardim
- h) Visual dos pratos
- i) Ambientes diversificados à escolha do cliente
- j) Café coado à mesa
- k) Não utilizo nenhuma outra experiência sensorial.

12 - Você faz a utilização de produtos orgânicos com:

- a) Alta frequência
- b) Média frequência
- c) Baixa frequência

13 - Você faz a utilização de produtos artesanais da localidade e/ou de outras regiões de Minas Gerais com

- a) Alta frequência
- b) Média frequência
- c) Baixa frequência

14 - Seu estabelecimento oferece produtos reconhecidos por Indicação Geográfica (seja da espécie Indicação de Procedência ou Denominação de Origem)? (Poderá marcar mais de uma opção.)

- a) Sim, de Minas Gerais.
- b) Sim, nacionais.
- c) Sim, internacionais.
- d) Não trabalho com produtos reconhecidos por Indicação Geográfica.

15 - Com qual frequência você participa do Festival Internacional de Cultura e Gastronomia de Tiradentes?

- a) Todos os anos
- b) Às vezes
- c) Nunca participei

16 - Você gostaria de ter seu trabalho reconhecido como uma Indicação Geográfica de serviço gastronômico?

- a) Sim
- b) Não
- c) Talvez

APÊNDICE B - Artigo científico submetido à Revista de Administração de Empresas - Fundação Getúlio Vargas (RAE-FGV) - Qualis A2

SERVIÇOS GASTRONÔMICOS DA CIDADE MINEIRA DE TIRADENTES SOB A ÓTICA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: UMA OPORTUNIDADE DE RECONHECIMENTO?

ROBERTA CHAYANE COELHO RIBEIRO¹
BEZAMAT DE SOUZA NETO²
FABRÍCIO MÓLICA DE MENDONÇA³

RESUMO

A propriedade industrial no Brasil, regulamentada pela Lei 9.279/1996, tem como um de seus ativos intangíveis a indicação geográfica (IG), que protege determinado território em função de um produto ou serviço nele existente. A IG contribui para o desenvolvimento socioeconômico, através de uma ação sinérgica entre atores locais. Este artigo explora a IG de serviço, tendo em vista seu caráter incomum no Brasil e no mundo, e tem como objeto os serviços gastronômicos da cidade de Tiradentes, Minas Gerais. Para o diagnóstico, foram consultadas fontes secundárias como trabalhos científicos, legislações, fontes governamentais, além da coleta de dados primários. Quanto aos resultados, depreende-se que a cidade tem se tornado notória devido ao seu segmento de serviços, com práticas de cozinha criativa e do *"slow food"*, mas carece de mais robustez no quantitativo de fontes comprobatórias de notoriedade e de estruturação de um arranjo produtivo local para sustentação de um futuro signo distintivo.

Palavras-chave: indicação geográfica; serviços gastronômicos; Tiradentes.

¹UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

²UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

³UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO JOÃO DEL-REI

APÊNDICE C - Proposta de Regulamento de Utilização

Referências:

- Instrução Normativa INPI/PR nº 08/2022
- Anexo 1 da Instrução Normativa INPI/PR nº 296/2012 - modelo de Regulamento de Utilização de Marca Coletiva
- Regulamento de Utilização da Marca Coletiva Ecoporé - Ação Ecológica Guaporé/RO

**LOGOMARCA
(A definir)**

**NOME DA MARCA COLETIVA
(A definir)**

**Associação dos Prestadores de Serviços Gastronômicos da Cidade
de Tiradentes - MG**

**REGULAMENTO DE UTILIZAÇÃO PARA CONCESSÃO DA MARCA
COLETIVA “A DEFINIR” DOS SERVIÇOS GASTRONÔMICOS DE
TIRADENTES - MG**

**Tiradentes - Minas Gerais
mês/ano**

LOGOMARCA (A definir)

Elaboração:

Nome

Presidente da Associação dos Prestadores de Serviços Gastronômicos da Cidade de Tiradentes - MG

Nome

Representante da Secretaria Municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer de Tiradentes - MG

Nome

Analista do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Sebrae - Minas Gerais

LOGOMARCA (A definir)

SUMÁRIO

1. Dados do requerente	X
2. Qualificação das partes autorizadas ao uso da marca coletiva	X
3. Condições específicas para o uso da marca coletiva	X
4. Sanções em caso de uso indevido da marca coletiva	X
5. Condições para renúncia parcial ou total dos direitos à marca coletiva.....	X
6. Disposições finais	XX

LOGOMARCA (A definir)

1. Dados do requerente

1.1. Nome: Associação dos Prestadores de Serviços Gastronômicos da Cidade de Tiradentes - MG - "Nome da marca coletiva a definir"

1.2. Tipo de entidade: Associação privada

1.3. Endereço da sede: A definir

1.4. CNPJ: XX.XXX.XXX/0001-XX

1.5. Estatuto social ou alteração do estatuto:

1.5.1. Objeto social: A definir

1.5.2. Local do registro: A definir

1.5.3. Data do registro: A definir

1.6. Dados do representante legal

1.6.1. Nome: A definir

1.6.2. Qualificação: Presidente

1.6.3. Identidade: XX XX.XXX.XXX

1.6.4. CPF: XXX.XXX.XXX-XX

2. Qualificação das partes autorizadas ao uso da marca coletiva

2.1. Condições de filiação à entidade

A filiação à "Nome da Marca Coletiva" poderá ocorrer desde que o interessado atenda às exigências descritas a seguir:

- a) CNAE 56.11-2;
- b) CNPJ ativo;
- c) Alvará de funcionamento;

LOGOMARCA (A definir)

- d) Auto de Vistoria do Corpo de Bombeiros - AVCB;
- e) Procedimentos Operacionais Padronizados - POP;
- f) Nome e nº registro do Responsável Técnico pelo estabelecimento;
- g) Atendimento a, no mínimo, 2 indicadores de cada requisito, conforme apresentado no quadro:

REQUISITOS	INDICADORES
1, Qualidade	1.1. Priorização de produtos orgânicos e artesanais;
	1.2. Priorização de produtos reconhecidos por marcas e indicações geográficas;
	1.3. Adoção de experiência sensorial, como ambiente temático, aromas ou outro similar;
2. Acessibilidade	2.1. Antiderrapantes, barras de apoio e torneiras de acionamento por alavanca nas instalações sanitárias;
	2.2. Instalação de rampas fixas ou removíveis para cadeirantes na entrada do estabelecimento, conforme orientações dos órgãos responsáveis;
	2.3. Cardápio em braile;
	2.4. Assento ajustável na proporção de 1/10 cadeiras;

3. Clientes internos	3.1. Oferecimento permanente de curso de língua inglesa para conversação;
	3.2. Oferecimento permanente de treinamento específico para cada área de atuação através de curso de capacitação;
	3.3. Avaliação periódica com retorno dos resultados alcançados a cada colaborador;
4. Responsabilidade social	4.1. Mitigação do desperdício de alimentos e bebidas com a adoção da Lei nº 14.016, de 23 de junho de 2020;
	4.2. Cobrança de taxa de desperdício;
	4.3. Desenvolvimento/participação, anualmente, de ao menos, uma ação solidária junto à comunidade carente local;
5. Sustentabilidade ambiental	5.1. Exclusão do uso de copos e canudos plásticos, substituindo-os por materiais em cerâmica, aço inox ou vidro;
	5.2. Reaproveitamento de água, para limpeza de áreas de circulação e irrigação de jardins;
	5.3. Uso consciente da energia elétrica, adotando boas práticas de controle e de equipamentos de baixo consumo;

	5.4. Coleta seletiva de lixo;
6. Procedimentos organizacionais	6.1. Uso permanente de boas práticas de assepsia, conservação, refrigeração e produção;
	6.2. Reunião periódica do proprietário com toda a brigada do estabelecimento, inclusive pessoal administrativo, para trocas de opiniões, sugestões e críticas construtivas;
	6.3. Instrumento permanente de acompanhamento e retorno da avaliação dos clientes, através de caixa física de sugestões, aplicativos próprios ou por sítios eletrônicos especializados para este fim, adotando as mudanças que forem necessárias e/ou convenientes na gestão do estabelecimento, atendimento ao público e preparo dos cardápios;
	6.4. Cardápios e informações acessórias em inglês, para facilitar a compreensão e comunicação por turistas estrangeiros.

2.2. Condições adicionais para utilização da marca

2.2.1. Descrição das condições adicionais para utilização da marca

LOGOMARCA (A definir)

Há condições adicionais para um afiliado estar habilitado a utilizar a marca coletiva:

- a) Uso da marca deverá ser realizado conforme critérios do INPI e/ou de acordo com a legislação competente;
- b) A logomarca será utilizada, invariavelmente, em embalagens, documentos formais, publicidades e outros meios de comunicação, seguindo o modelo disponibilizado pela Associação.

3.2. Formas NÃO autorizadas para utilização da marca coletiva

3.2.1. Não são autorizadas a utilização da marca para os seguintes casos:

- a) Uso em desconformidade com os critérios do INPI e/ou em desacordo com a legislação competente;
- b) A utilização da logomarca em desconformidade com o modelo disponibilizado pela Associação.

4. Sanções em caso de uso indevido da marca coletiva

4.1. Descrições das sanções a serem aplicadas em uso indevido, e em quais situações as mesmas serão aplicadas

4.1.1. O usuário será notificado quanto ao uso incorreto e solicitado a executar a correção;

4.1.2. No caso de descumprimento da notificação, será informada a Assembleia Geral para providências que julgar necessárias;

LOGOMARCA (A definir)

4.1.3. Concomitantemente, será suspenso o uso pelo afiliado da marca coletiva,
sem prejuízo das ações cíveis e criminais cabíveis;

4.1.4. Os casos omissos serão resolvidos em Assembleia Geral.

5. Condições para renúncia parcial ou total dos direitos à marca coletiva

Não serão estabelecidas neste regulamento condições para a renúncia parcial ou total dos direitos relativos à marca coletiva.

6. Disposições finais

A “Nome da Marca Coletiva” segue princípios de alta qualidade e respeito aos seus consumidores, buscando oferecer uma pluralidade de cardápios nas mais diversas expressões gastronômicas, e experiências sensoriais que vão além do paladar, para superação das expectativas de seus clientes.

Tiradentes/MG, xx de xxxxx de xxxx.

Nome

Presidente da “Nome da Marca Coletiva”

APÊNDICE D - Publicações que referenciam os serviços de gastronomia da cidade de Tiradentes - MG

TIPO/FONTE	TÍTULO	DATA	AUTORIA
Artigo científico: Scielo Biblioteca Digital https://bit.ly/3shL9ol	Religião, patrimônio histórico e turismo na Semana Santa em Tiradentes (MG)	10/2003	Marcelo Ayres Camurça e Oswaldo Giovannini Jr.
Artigo científico: Scielo Biblioteca Digital https://bit.ly/3KXAffz	O turismo como impulsionador do desenvolvimento regional: análise no Campo das Vertentes (MG), Brasil	2020	Thiago de Sousa Santos e Raquel da Silva Pereira
Artigo científico: Revista Espaço Acadêmico https://bit.ly/37mhqzK	A cidade patrimonial e turística: uma análise do constructo da imagem e apropriação do centro histórico de Tiradentes–MG a partir das mídias sociais	30/06/2020	Karine de Almeida Paula, Eleusy Natalia Miguel e Wagner José da Silva Freitas
Artigo científico: Google Acadêmico https://bit.ly/3gftxDB	Território Turístico de Tiradentes: limites e possibilidades da atividade a partir do planejamento e de políticas públicas	2020	Henrique Eustáquio de Sousa, Fabrício Molica de Mendonça e Gustavo Melo Silva
Artigo científico: Avanca Cinema Journal https://bit.ly/3LfMMv5	Documentário: imaginário colonial de Minas Gerais	14/10/2020	Fernando Augusto Silva Lopes Tiago Vieira da Silva
Plano Diretor Participativo de Tiradentes-MG/Volume I/Perfil Municipal https://bit.ly/35JUHjS	Fundação João Pinheiro	04/2014	Valle <i>et al.</i> (2014).
Matéria em vídeo: TV Globo Minas - Programa Terra de Minas https://bit.ly/34vh2kE	Cidade de Tiradentes (2003)	2003	Apresentação: Vivian Santos Reportagem: Yula Rocha, Juliana Perdigão, Vivian Santos
Matéria em vídeo: Governo de Minas Gerais/Assembléia Legislativa https://youtu.be/Auf6pOTqWRc	Conheça as delícias da culinária mineira	2017	Repórter Sidney Gomes

<p>Matéria em vídeo: Rede Record/Jornal Hoje em Dia</p> <p>https://youtu.be/hK-vUBDQ-ws</p>	Do Meu Brasil visita a histórica cidade mineira de Tiradentes	19/03/2020	Repórter Luciana Katahira
<p>Matéria de jornal: The New York Times Style Magazine</p> <p>https://nyti.ms/3ofKm5v</p>	Village Vanguard em Tiradentes, Brasil	20/05/2007	Isabel Vincent
<p>Matéria de blog: Matraqueando</p> <p>https://bit.ly/3s4xErA</p>	Tiradentes: roteiro para uma viagem bem-sucedida	17/03/2011	Silvia Oliveira
<p>Matéria de Blog: Blog de Consult House Turismo</p> <p>https://bit.ly/3A62dH</p>	Tiradentes: patrimonio y gastronomía	05/08/2011	Redactor
<p>Matéria de jornal: Jornal O Globo</p> <p>https://glo.bo/3KVeEnU</p>	Tiradentes, a capital da gastronomia mineira	06/09/2011	Bruno Agostini
<p>Matéria de revista: Viagem e Turismo</p> <p>https://bit.ly/3LkvZGE</p>	Minas Gerais: Restaurantes em Tiradentes e arredores: Elegemos as 7 melhores opções gastronômicas da pequena cidade colonial mineira	06/11/2012	Juliane Massaoka
<p>Matéria de blog: Trilha Marupiara</p> <p>https://bit.ly/3rfNxw0</p>	O "Largo das Forras" em Tiradentes!	02/12/2012	Kellen Bittencourt
<p>Matéria de blog: Do Pão ao Caviar</p> <p>https://bit.ly/3u9NO5A</p>	Tiradentes – Guia de Viagem	2013	Ana Carolina Lembo e José Luiz Soares
<p>Matéria de blog: Segredos de Viagem</p> <p>https://bit.ly/3OLyNP1</p>	Da série: Delírios gastronômicos em Tiradentes	2013	Marcella
<p>Matéria de jornal: Estado de Minas</p> <p>https://bit.ly/3rggeJl</p>	Mineiros de Ouro: sonho no fundo do tacho	06/07/2013	Arnaldo Viana
<p>Matéria de revista: Viagem e Turismo</p> <p>https://bit.ly/3rhbjx</p>	Minas Gerais: Viagem em família para a mineira Tiradentes	02/08/2013	Paulo Vieira

Matéria de blog: Instaviagem https://bit.ly/3HiGNDc	Gastronomia em Tiradentes – Conheça estes restaurantes fantásticos!	04/11/2013	Instaviagem
Matéria de blog: Instaviagem https://bit.ly/3HjNvJ0	Doces, doces, doces em Tiradentes	15/11/2013	Instaviagem
Matéria de blog: Art of Travel https://bit.ly/3unCOKW	Linda cidade histórica em Minas	04/2014	Julia Gaspar Duvivier e Mariana David de Sanson
Matéria de blog: Dicas da Carioca https://bit.ly/3ug5rZ	Tiradentes - restaurantes e compras	10/05/2014	Vanessa Alves da Cunha
Matéria de blog: Tá indo pra onde? https://bit.ly/3geUZ45	Gastronomia em Tiradentes-MG	16/06/2014	Fernanda Scafi
Matéria de jornal: Jornal Hoje em Dia https://bit.ly/3KYSDoF	Tiradentes: cidade histórica de arte e gastronomia	13/08/2014	Paulo Leonardo
Matéria de blog: Mala de Aventuras https://bit.ly/3ujKncu	6 lugares deliciosos para comer em Tiradentes	02/06/2015	Nanda Hudson
Matéria de site governamental: Governo Agência de Minas Gerais https://bit.ly/3APTtPA	Cidade histórica de Tiradentes oferece os melhores pratos da culinária mineira	09/07/2015	Governo Agência de Minas Gerais
Matéria de jornal: El País https://bit.ly/3HidhNQ	Os sabores de Tiradentes	29/08/2015	Camila Moraes
Matéria de jornal: Correio Braziliense https://bit.ly/35E5WdD	Tiradentes leva à descoberta das origens, cultura e gastronomia brasileira	04/05/2016	Karina Fusco
Matéria de blog: Blog Meu Destino https://bit.ly/3oibnp3	Onde comer em Tiradentes-MG	14/06/2016	André Morato e Kalídia Silva
Matéria de blog: Lole Pocket https://bit.ly/37TBuhc	Sobremesa em Tiradentes MG: 4 lugares para se arrepender se não for	07/07/2016	Dayana Lole

Matéria de blog: Viagens Imperdáveis https://bit.ly/3gibj4f	Restaurantes em Tiradentes: Onde comer	28/09/2016	Ana Paula
Matéria de blog: Melhores Destinos https://bit.ly/3uleeRJ	Restaurantes em Tiradentes	2017	Monique Renné
Matéria de jornal: Portal G1 https://glo.bo/3J02BDQ	BH e Tiradentes concorrem a título de Cidades Criativas da Unesco	26/08/2017	MGTV
Matéria de site governamental: Secretaria de Estado de Cultura e Turismo - Secult https://bit.ly/3GpDLvw	Pimentel anuncia candidatura de BH e Tiradentes à Rede de Cidades Criativas da Unesco	29/08/2017	Omar Freire/Imprensa MG
Matéria de jornal: Jornal Caderno W https://bit.ly/3oepjAn	O Sabor de Tiradentes - Minas Gerais	2018	Silvia Cassalichio
Matéria de blog: Falando de Viagem https://bit.ly/3LaVScv	Onde comer em Tiradentes: 6 restaurantes imperdáveis	19/01/2018	Falando de Viagem
Matéria de blog; Viajando da Janela https://bit.ly/3odC1PK	Onde comer (bem!) em Tiradentes	08/04/2018	Geisiele Carvalho
Matéria de blog: Apaixonados por Viagem https://bit.ly/3odxwoz	Tiradentes: turismo, gastronomia, hospedagem, Festival e mais	01/08/2018	Lily Pestana
Matéria de revista: Revista Marie Claire - Lifestyle https://glo.bo/3IPBFa	Tiradentes: roteiros para aproveitar a cidade mineira mais cool neste verão	11/01/2019	Graziela Salomão
Matéria de site: Portal Turismo Total https://bit.ly/3IRPVim	Booking.com lista 5 destinos brasileiros de dar água na boca	11/02/2019	Portal Turismo Total
Matéria de blog: Roda nos Pés - Blog de Viagem https://bit.ly/3ogtuvE	Tiradentes: o que fazer na cidade histórica de Minas Gerais	08/03/2019	Tissiana Souza

Matéria de blog: Turismo de Minas https://bit.ly/3ISSEYZ	13 roteiros gastronômicos para você se esbaldar em minas gerais	12/03/2019	Turismo de Minas
Matéria de blog: Catraca Livre https://bit.ly/3AP6E2Z	Tiradentes é destino para ser degustado aos poucos	09/04/2019	Catraca Livre
Matéria de revista: Viagem e Turismo https://bit.ly/3oeqm3h	Tiradentes: hotéis, restaurantes, maria-fumaça, passeios e mais	01/06/2019	Viagem e Turismo
Matéria de blog: Tudo Para Homens https://bit.ly/3gaTpQH	Conheça alguns dos melhores restaurantes em Tiradentes	11/06/2019	Tudo Para Homens
Matéria de blog: Foco no Mundo https://bit.ly/34l3wzR	Onde comer em Tiradentes: restaurantes com bom custo-benefício	19/07/2019	Débora Resende
Matéria de site: Dourados News https://bit.ly/34nzU4S	Tiradentes	23/07/2019	Férias Brasil
Matéria de revista: Panrotas Editora https://bit.ly/3ucrzMb	Onde ficar em Tiradentes, Minas Gerais	11/09/2019	Carla Lencastre
Matéria de jornal: Jornal O Globo https://glo.bo/3HdalC6	Nove restaurantes para conhecer	19/09/2019	Carolina Mazzi
Matéria de blog: Maior Viagem https://bit.ly/3uvjyT1	Onde comer em Tiradentes? Confira as melhores dicas!	30/10/2019	Redação
Matéria de jornal: Correio Braziliense https://bit.ly/35E5WdD	Cozinha mineira, roteiro gastronômico em Minas Gerais	03/01/2020	André Boratto
Matéria de blog: Mari Campos https://bit.ly/3L1ySwr	Onde comer bem em Tiradentes	09/09/2020	Mari Campos
Matéria de jornal: Jornal Estado de Minas https://bit.ly/3KYN9cX	Acolhedora, Tiradentes combina a história com o sabor da cozinha	02/12/2020	Márcia Maria Cruz

Matéria de blog: Passagens Promo https://bit.ly/3riQOe4	O que fazer em Tiradentes: roteiro para 3 dias com o melhor da cidade	30/12/2020	Passagens Promo
Matéria de jornal: CNN Brasil https://bit.ly/3ueB91g	10 lugares para comer bem em Tiradentes, Minas Gerais	10/02/2021	Tamyris Roxo
Matéria de blog: Cariocas Sem Fronteiras https://bit.ly/3gblAyW	Onde comer em Tiradentes: 10 restaurantes para o seu roteiro	14/03/2021	Dhébora Sancho
Matéria de blog: Estilo Bendizê https://bit.ly/3ANi33w	Restaurantes mais legais de Tiradentes: onde comer bem na famosa cidade histórica mineira	10/05/2021	Estilo Bendizê
Matéria de blog: Abrace o Mundo https://bit.ly/3GlyxRu	Melhores restaurantes em Tiradentes para quem gosta de gastronomia	09/06/2021	Felipe Zig
Matéria de blog: Turismo de Minas https://bit.ly/3ISSEYZ	13 roteiros gastronômicos para você se esbaldar em minas gerais	05/07/2021	Turismo de Minas
Matéria de blog: Fui Ser Viajante https://bit.ly/3rkYRXF	Roteiro Gastronômico: para comer e beber em Tiradentes, MG	14/08/2021	Lila Cassemiro
Matéria de blog: Associação de Servidores Municipais, Estaduais e Federais do Rio de Janeiro - Assist https://bit.ly/3IRw	Berço da inconfidência mineira pode ser o destino perfeito para quem curte uma boa refeição, frio e aventuras na natureza.	20/09/2021	Leonardo Costa
Matéria de blog: Senac Minas https://bit.ly/3AMnKP0	Tiradentes é um dos ícones da cozinha mineira e tem na gastronomia a marca de sua identidade	12/11/2021	Geórgia Caetano Glayber Soares Diniz e Thatiane do Vale Coutinho
Matéria de blog: Vida Sem Paredes https://bit.ly/32Sjz7T	Tiradentes (MG): roteiro completo na cidade histórica	17/01/2022	Camila Coubelle e Mariângela Sá
Matéria de site: CNN Viagem & Gastronomia https://bit.ly/37oqUhJ	Tiradentes e São João del Rei: um deleite pela história e pela gastronomia mineira	10/03/2022	Daniela Filomeno

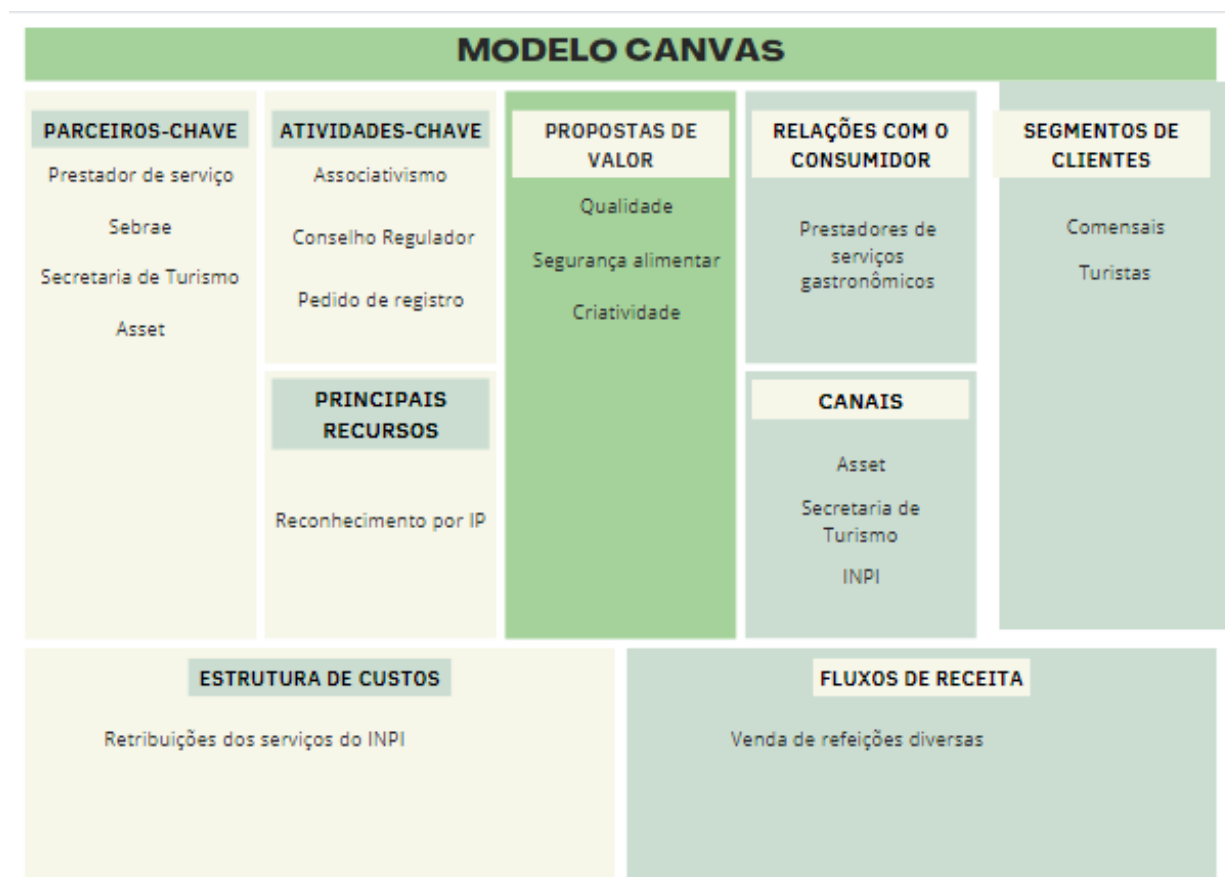
Matéria de blog: Viaje na Viagem https://bit.ly/3rIJMFu	Guia de Tiradentes	-	Mariana Amaral
Matéria de blog: The Solo Journal https://bit.ly/35JZGB6	Conheça As Melhores Atrações Gastronômicas De Tiradentes MG	-	The Solo Journal
Matéria de blog: Le Touriste Blog https://bit.ly/3s9GHrg	Tiradentes, Bichinho e São João del Rei – roteiro de gastronomia, artesanato e história	-	Le Touriste Blog
Matéria de blog: 123 Milhas https://bit.ly/3GmNdzG	O que fazer em Tiradentes (MG)	-	123 Milhas
Matéria de blog: Guia do Turismo Brasil https://bit.ly/3L6Q836	Gastronomia Tiradentes – MG	-	Guia do Turismo Brasil
Matéria de blog: Viagens Especiais https://bit.ly/3J39Mvn	Tiradentes - cidade mineira	-	Patrícia Lima
Matéria de blog: Guia Viajar Melhor https://bit.ly/3om3FtZ	Dicas de Turismo em Tiradentes	-	Guia Viajar Melhor
Matéria de blog: Carpe Mundi https://bit.ly/349foVO	Onde comer em Tiradentes: nossa seleção de restaurantes	-	Carpe Mundi
Matéria de blog: Le Touriste Blog https://letouristeblog.com/13973/	Onde comer em Tiradentes: 7 restaurantes com pratos para comer rezando	-	Le Touriste Blog

Fonte: Elaborado pela autora.

APÊNDICE E - Matriz Swot**Implementação de IP em Tiradentes - MG**

Modelo Canvas

Implementação de IP em Tiradentes - MG



ANEXO A - Comprovante de submissão de artigo científico

Revista de Administração de Empresas - Manuscript ID RAE-2022-0486

1 mensagem

RAE Redação <onbehalf@manuscriptcentral.com>

6 de dezembro de 2022 às 15:56

Responder a: raeredacao@fgv.br

Para: robertabq@ufsj.edu.br

Cc: robertabq@ufsj.edu.br, bezamat@ufsj.edu.br, fabriciomolica@ufsj.edu.br

06-Dec-2022

Dear Miss Coelho Ribeiro:

Your manuscript entitled "SERVIÇOS GASTRONÔMICOS DA CIDADE MINEIRA DE TIRADENTES SOB A ÓTICA DAS INDICAÇÕES GEOGRÁFICAS: UMA OPORTUNIDADE DE RECONHECIMENTO?" has been successfully submitted online and is presently being given full consideration for publication in the Revista de Administração de Empresas.

Your manuscript ID is RAE-2022-0486.

Please mention the above manuscript ID in all future correspondence or when calling the office for questions. If there are any changes in your street address or e-mail address, please log in to ScholarOne Manuscripts at <https://mc04.manuscriptcentral.com/rae-scielo> and edit your user information as appropriate.

You can also view the status of your manuscript at any time by checking your Author Center after logging in to <https://mc04.manuscriptcentral.com/rae-scielo>.

Once submitted, the manuscript will be analyzed in the iThenticate system, in order to detect similarities.

Thank you for submitting your manuscript to the Revista de Administração de Empresas.

Sincerely,
Revista de Administração de Empresas Editorial Office